



UNIVERSIDAD DE CUENCA
Facultad de Ciencias de la Hospitalidad
Carrera de Turismo

**Propuesta de un plan de innovación de servicios y promoción turística
en el Cuenca Canopy, Ricaurte.**

**Proyecto de intervención previo a la obtención del título de: Ingeniera
en Turismo**

Autora:

Julissa Mabel Bailón Ñauta

Ci. 0926783580

Tutora:

Mg. Ana Lucía Serrano López

Ci. 0103086492

2019



UNIVERSIDAD DE CUENCA

RESUMEN

Cuenca Canopy ubicado en el sector Bibín de la parroquia Ricaurte, es considerado uno de los primeros y más importantes establecimientos que ofertan las actividades de canopy, arborismo y tirolesa dentro de la ciudad de Cuenca.

El Cuenca Canopy recibe una cantidad considerable de visitantes de diversas partes del país al año, sin embargo, los servicios y actividades que se ofertan se han mantenido sin novedad hasta la presente fecha por lo que se ha realizado una propuesta de innovación en los mismos a fin de mejorar la experiencia que se brinda a los visitantes e impulsar su pronto retorno.

El presente estudio plantea una propuesta de intervención en cuanto a la definición de estrategias para la innovación de los servicios ofertados, la adecuación de espacios y mejora de señalización, así como la propuesta de promoción de los mismos mediante diversas actividades.

Palabras clave: Cuenca Canopy, deportes de aventura, canopy, arborismo, senderismo interpretativo, innovación, señalización turística, promoción.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ABSTRACT

Cuenca Canopy located in the Bibín sector of Ricaurte parish is considered one of the first and most important establishments offering canopy, arborism and zipline activities within the city of Cuenca.

Cuenca Canopy receives a considerable number of visitors from different parts of the country yearly, however, the services and activities that are offered have been maintained unchanged to the present date, which is why a proposal of innovation has been made in them as to improve the experience offered to visitors, therefore, encouraging their early return.

The present study raises an intervention proposal regarding the definition of strategies for updating the offered services, the adaptation of spaces and improvement of signage, as well as the proposal to promote them through various activities.

Keywords: Cuenca Canopy, adventure sports, canopy, arborism, interpretative hiking, innovation, tourist signage, promotion.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	2
ABSTRACT.....	3
ÍNDICE GENERAL.....	4
ÍNDICE DE FICHAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
ÍNDICE DE IMAGENES.....	9
ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS.....	9
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	9
CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL.....	10
CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL.....	11
DEDICATORIA.....	12
AGRADECIMIENTOS.....	13
INTRODUCCION.....	14
CAPÍTULO 1: SITUACIÓN ACTUAL DEL CUENCA CANOPY, RICAURTE.....	15
1.1. Diagnóstico del Canopy en el Ecuador.....	15
1.1.1. Historia.....	15
1.1.2. Antecedentes.....	15
1.1.3. Referentes de Canopy en Ecuador.....	16
1.2. Diagnóstico del Cuenca Canopy.....	19
1.2.1. Historia.....	19
1.2.2. Antecedentes.....	20
1.3. Estado Actual del Cuenca Canopy.....	20
1.3.1. Instalaciones.....	20
1.3.2. Actividades en Cuenca Canopy.....	21
1.3.3. Servicios.....	22
1.3.4. Señalización.....	23
1.4. Análisis comparativo y de competencia.....	23



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.4.1. Técnica Benchmarking.....	23
1.4.2. Benchmarking competitivo	24
1.4.3. Innovación turística de productos de aventura.....	27
1.5. Medios de difusión, promoción y marketing.....	28
1.5.1. Página Web.....	28
1.5.2. Redes sociales.....	29
1.5.3. Folletería y material escrito	29
CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DE ACTUALIZACIÓN DE SERVICIOS	30
2.1. Análisis FODA de Cuenca Canopy.....	30
2.2. Misión y Visión de Cuenca Canopy	31
2.2.1. Misión.....	31
2.2.2. Visión	32
2.3. Análisis de servicios y actividades prestados en Cuenca Canopy.....	33
2.3.1. Análisis de servicios	33
2.3.2. Análisis de actividades	37
2.4. Encuestas a visitantes para medir el grado de satisfacción con cada servicio brindado (actividad)	39
2.4.1. Interpretación de datos obtenidos en la encuesta de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy	40
2.4.2. Análisis e interpretación de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy.....	54
2.5. Propuesta de innovación de servicios	56
2.5.1. Innovación en servicios y actividades existentes en Cuenca Canopy.....	56
2.5.2. Innovación en nuevos servicios y actividades en Cuenca Canopy	61
CAPÍTULO 3: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN BASE A LOS SERVICIOS ACTUALIZADOS	65
3.1. Propuesta de actualización de página web y redes sociales.....	65
3.1.1. Recomendaciones para el mantenimiento de página web y redes sociales de Cuenca Canopy.....	66



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.1.2. Publicaciones de innovación de servicios y actividades en redes sociales	71
3.2. Propuesta de señalización externa e interna	78
3.2.1. Flechas y letreros de direccionamiento	78
3.2.2. Letreros informativos dentro del Canopy	81
3.3. Costos	86
3.3.1. Cotización de innovación de servicios	86
3.3.2. Cotización de promoción turística en base a los servicios y actividades actualizados	88
3.3.3. Cotización de señalización interna y externa	90
Conclusiones	91
Bibliografía	93
ANEXOS	96
ANEXO 1. Encuesta de satisfacción aplicada en Cuenca Canopy	96
ANEXO 2. Diseño aprobado del Proyecto de Intervención	98



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características Mindo Canopy Aventure S.A.....	17
Tabla 2. Características Puntzan Tours CIA LTD.....	18
Tabla 3. Cuadro Comparativo de Empresas de Canopy - Ecuador.....	24
Tabla 4. Análisis FODA de Cuenca Canopy, Ricaurte	30
Tabla 5. Pictogramas de atractivos naturales para Cuenca Canopy	82
Tabla 6. Pictogramas de actividades turísticas para Cuenca Canopy	83
Tabla 7. Pictogramas de servicios de apoyo para Cuenca Canopy	84
Tabla 8. Pictogramas de restricción para Cuenca Canopy.....	85
Tabla 9. Descripción de innovación de servicios para Cuenca Canopy	86
Tabla 10. Presupuesto de innovación de servicios para Cuenca Canopy	88
Tabla 11. Cotización de promoción de innovación de servicios y actividades para Cuenca Canopy	89
Tabla 12. Presupuesto de señalización interna y externa para Cuenca Canopy ..	90

ÍNDICE DE FICHAS

Ficha 1. Propuesta de innovación, actividad Arborismo	58
Ficha 2. Propuesta de innovación, actividad Camping.....	60
Ficha 3. Propuesta de innovación, actividad Senderismo Interpretativo	62
Ficha 4. Propuesta de innovación, Programa de Educación ambiental	64



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Lugar de procedencia de los visitantes de Cuenca Canopy	40
Figura 2: Número de integrantes por grupos visitantes de Cuenca Canopy	41
Figura 3: Edad de los visitantes de Cuenca Canopy	42
Figura 4: Género de los visitantes a Cuenca Canopy	43
Figura 5: Medio por el cual los visitantes se enteraron sobre Cuenca Canopy	44
Figura 6: Medio de transporte utilizado para llegar a Cuenca Canopy	45
Figura 7: Actividades que realizaron los encuestados en su visita a Cuenca Canopy	46
Figura 8: Frecuencia de visita a Cuenca Canopy	47
Figura 9: Grado de satisfacción de los encuestados con respecto a los servicios prestados por Cuenca Canopy	48
Figura 10: Probabilidad de retorno de encuestados a Cuenca Canopy	49
Figura 11: Probabilidad de recomendación de encuestados sobre Cuenca Canopy	50



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ÍNDICE DE IMAGENES

Imagen 1: Post de innovación de servicio de alimentación en Cuenca Canopy ...	73
Imagen 2: Post de innovación de actividad de arborismo en Cuenca Canopy	74
Imagen 3: Post de innovación de actividad de camping en Cuenca Canopy	75
Imagen 4: Post de innovación de actividad de senderismo en Cuenca Canopy ...	76
Imagen 5: Post de innovación de actividad de educación ambiental en Cuenca Canopy	77

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1: Letrero de direccionamiento a Cuenca Canopy	79
--	----

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Modelo de señales turísticas de aproximación	80
Ilustración 2: Propuesta de señales turísticas de aproximación para Cuenca Canopy	81



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE LICENCIA Y AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Julissa Mabel Bailón Ñauta en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación “Propuesta de un plan de innovación de servicios y promoción turística en el Cuenca Canopy, Ricaurte”, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, Febrero de 2019

Julissa Mabel Bailón Ñauta

C.I: 0926783580



UNIVERSIDAD DE CUENCA

CLÁUSULA DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Julissa Mabel Bailón Ñauta, autor/a del trabajo de titulación “Propuesta de un plan de innovación de servicios y promoción turística en el Cuenca Canopy, Ricaurte”, certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, Febrero de 2019

Julissa Mabel Bailón Ñauta

C.I: 0926783580



UNIVERSIDAD DE CUENCA

DEDICATORIA

“A la orquídea de mi jardín,
ella tan única y hermosa, la
inspiración de mis sueños,
la luz de mi camino...”

... A MI MADRE



UNIVERSIDAD DE CUENCA

AGRADECIMIENTOS

Mi más sincero agradecimiento a mis padres Patricia y Ruger, por su amor y apoyo incondicional en cada paso de mi formación académica y personal.

A mis hermanos Andrés y Arelis y mis sobrinas Blanquita y Sofía que con sus locuras han hecho que los momentos más difíciles se vuelvan menos pesados.

A Marcelo, mi Darling, por su cariño, apoyo y motivación y a Laura por su amistad incondicional.

Finalmente extendiendo mis agradecimientos a la Mg. Ana Lucia Serano, tutora del presente proyecto de intervención, por su paciencia, comprensión y sabiduría.



INTRODUCCION

El presente proyecto de intervención plantea una propuesta de intervención en cuanto a la definición de estrategias para la innovación de servicios y actividades ofertados en Cuenca Canopy ubicado en el sector Bibín, Parroquia Ricaurte, la adecuación de espacios y mejora de su señalización interna y externa, así como una propuesta de promoción de los mismos mediante diversas actividades. El proyecto busca darle un nuevo uso a los espacios de tal manera que se aprovechen mejor las instalaciones y se posicione nuevamente como un atractivo importante de la ciudad de Cuenca.

El primer capítulo corresponde al análisis de la situación actual del Cuenca Canopy, su historia, antecedentes, cómo se encuentran funcionando sus instalaciones, actividades y servicios ofertados, señalización interna y externa, medios de difusión de información como pagina web y redes sociales, además de la aplicación de la técnica de benchmarking competitivo para conocer como se encuentra la empresa en comparación con otras del mismo tipo a nivel nacional.

En el segundo capítulo se definen las estrategias para innovación de actividades y servicios de Cuenca Canopy, partiendo por un análisis FODA de la empresa y la aplicación de encuestas para medir el grado de satisfacción de los visitantes además de su interés en las actividades ofertadas. En base a esto se ha diseñado una serie de propuestas en cuanto a los servicios de restauración y guianza, y actividades como arborismo, senderismo interpretativo, camping, entre otros.

Finalmente, el tercer capítulo plantea estrategias de promoción turística en base a los servicios actualizados mediante la creación de carteles promocionales para redes sociales como Facebook e Instagram, diseño de señalización interna y externa en base al reglamento del Ministerio de Turismo del Ecuador, además de la cotización de cada una de las propuestas del proyecto.



**Propuesta de un plan de innovación de servicios y promoción turística en el
Cuenca Canopy, Ricaurte**

CAPÍTULO 1: SITUACIÓN ACTUAL DEL CUENCA CANOPY, RICAURTE

1.1. Diagnóstico del Canopy en el Ecuador

1.1.1. Historia

El Canopy es un deporte de aventura relativamente nuevo en el mercado, su objetivo principal es ofrecer una experiencia única y ecológica a quienes lo practican, mediante el deslizamiento horizontal de un punto a otro en cables generalmente por bosques.

Inicialmente el Canopy surgió como una actividad con fines exploratorios, implementada en Costa Rica por biólogos canadienses que buscaban determinar la biodiversidad y características de la flora de un determinado lugar, sin afectar a las especies que habitaban en la zona, por lo que ataron cables a la copa de árboles, lo cual les permitió hacer observaciones a gran altura de frondosos bosques.

Es así que a mediados de los 90', se inaugura el primer Canopy profesional en Monteverde, Costa Rica. Hoy en día existen muchas compañías en Costa Rica dedicadas a realizar tours de Canopy y este nuevo deporte se ha extendido a otros países como Panamá, Nicaragua, Honduras, Chile, México, Argentina y ahora en Ecuador (Canopy, 2008).

1.1.2. Antecedentes

Inicialmente en Ecuador los cables o *Ziplines* fueron utilizados como medio de transporte para ciertas comunidades y pueblos de la Amazonia que al no existir carreteras y por su distante ubicación tardaban varias horas e incluso días en sus recorridos. Estos pueblos necesitaban tener acceso a las principales ciudades por lo que el uso de este sistema acortó el tiempo y la distancia facilitando la movilización de quienes lo utilizaban.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Como deporte, el canopy en nuestro país tiene sus inicios alrededor del año 2000 siendo el primer punto inaugurado en la Troncal y a partir de ello otras ciudades han ido adoptando este modelo dentro de sus atractivos como es el caso de Ambato, Puyo, Mindo, Montañita, Cuenca, entre otras (Travel, 2010).

1.1.3. Referentes de Canopy en Ecuador

Son varias las ciudades y empresas que han visto en el canopy una alternativa muy entretenida para ofertar a quienes los visitan y en este sentido se puede destacar el trabajo de ciertas empresas que han sido de las primeras en el país logrado explotar esta actividad al máximo y se pueden considerar referentes del Canopy en Ecuador.

1.1.3.1. Mindo

Mindo es un pueblo muy colorido localizado en el cantón San Miguel de los Bancos de la Provincia de Pichincha, que durante años se ha dedicado a explotar sus atractivos turísticos optando por modalidades ambientales y comunitarias y que dentro de los deportes de aventura y en especial de la actividad del Canopy destacan entre muchos.

Son varias las empresas y sectores que se dedican a la prestación de deportes de aventura y canopy dentro de Mindo, sin embargo, existe una que se considera icono del sector debido a la experiencia, calidad, seguridad y la serie de certificaciones internacionales que posee (Canopy, 2008).

1.1.3.1.1. Mindo Canopy Adventure S.A.

Es la primera compañía que se dedica exclusivamente a la prestación de esta actividad en Mindo, que, con el respaldo y capacitación de técnicos costarricenses, ofrecen un servicio de calidad y calidez a quienes los visitan. Poseen alrededor de 12 años en el mercado y conforme ha pasado el tiempo sus servicios han mejorado paulatinamente, colocándolos como un referente de esta actividad (Canopy Mindo, 2008).

En la Tabla N°1 se presenta las características de Mindo Canopy Adventure S.A.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 1

Características Mindo Canopy Adventure S.A.

Características	<ul style="list-style-type: none">• Atención continua toda la semana (09h00 – 18h00)• 3500 metros de cable de recorrido que varían entre los 20 y 400 metros de altura.• Guías permanentes y especializados con capacitación constante.• Servicio de transfer para grupos• Cafetería• Deportes extremos complementarios: canoing, trekking, tubbig, camping
Seguridad	<ul style="list-style-type: none">• Materiales de construcción con certificados de calidad ISO 9001; 9001: 2000; y NTS 9001: 2000.• Cable de doble seguridad para mayor resistencia.• Controles diarios de equipos e instalaciones.• Chequeos semanales de cables, grilletes, amarre, árboles, arnés, mosquetones y poleas.• Arnesees y equipos con certificados de calidad reconocidos a nivel mundial Petzl, Diamante Negro, Sterling Cuerdas
Certificaciones	<ul style="list-style-type: none">• Certificate of Course Inspection by Universal Zip line Technology• Membrecía en Asociación Internacional de Zipline Profesionales.• Certificación “Congo Trail Canopy” de Costa Rica• Premio a la calidad TripAdvisor.

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de la página web oficial de Mindo Canopy S.A. <http://mindocanopy.com/es>



1.1.3.2. Baños de Agua Santa

Baños de Agua Santa se encuentra ubicado en la provincia de Tungurahua, goza de un clima tropical muy interesante al estar estratégicamente en el centro del Ecuador, entre los Andes y la Amazonia ecuatoriana. Este es un sector que a nivel nacional se ha posicionado como icono para la práctica de deportes de aventura y es visitado cada año por viajeros que buscan adrenalina y un ambiente natural (Encalada, 2016).

Al igual que en el caso de Mindo, en Baños de Agua Santa existen varias empresas dedicadas a la prestación de canopy como una actividad complementaria a la serie de deportes extremos que se ofrecen, sin embargo, dentro del mercado destaca una empresa que ha hecho del canopy su producto estrella, este lugar es Puntzan Canopy.

1.1.3.2.1. Puntzan Tours CIA LTD

Es una empresa dedicada a la prestación de actividades de aventura al aire libre y especializado en Canopy Tours, es una compañía familiar que tuvo sus inicios en el 2010 convirtiéndose en uno de los primeros y más grandes centros de Canopy en Baños de Agua Santa (Canopy Puntzan, 2010).

En la Tabla N°2 se presenta las características de Canopy Puntzan Tours CIA LTD.

Tabla 2

Características Puntzan Tours CIA LTD

Características	<ul style="list-style-type: none">● Atención continua toda la semana (09h00 – 18h00)● 200 metros de cable de recorrido que varían de altura.● 2 horas de recorrido● Guías permanentes y especializados con capacitación constante.● Restaurante● Cabaña para alojamiento
------------------------	---



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	<ul style="list-style-type: none">● Deportes extremos complementarios: canoying, trekking, tubbig, camping
Seguridad	<ul style="list-style-type: none">● Charlas de seguridad● Materiales de construcción de alta calidad.● Controles diarios de equipos e instalaciones, cables, grilletes, amarre, árboles, arnés, mosquetones y poleas.● Arneses y equipos con certificados de calidad reconocidos a nivel mundial Petzl, Diamante Negro, Sterling Cuerdas y Luky.
Certificaciones	<ul style="list-style-type: none">● Membrecía en Asociación Internacional de Zipline Profesionales.● Premio a la calidad TripAdvisor

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de la página web oficial de Canopy Puntzan Tours CIA LTD. <https://www.puntzancanopy.com>

1.2. Diagnóstico del Cuenca Canopy

1.2.1. Historia

Cuenca Canopy se encuentra ubicado en un lugar privilegiado por la naturaleza en la parroquia Ricaurte, sector Bibín (Km 8 ½ de la vía Ricaurte-Bibín). A este lugar se puede acceder por diferentes medios y rutas, el primero es tomar el bus a Bibín que parte desde la estación ubicada cerca al Cementerio Patrimonial y al llegar al sector Bibín realizar una parada frente a la iglesia central y tomar el sendero que conduce hasta el Canopy, por esta carretera se puede acceder en vehículo particular ya que es de primer orden.

La segunda opción y la más larga, es tomar una camioneta hasta el canopy por la vía Santa Rosa - Bibín, que le permitirá al visitante admirar diversos escenarios, atravesar interesantes y coloridos barrios del sector, tener un contacto más profundo con la naturaleza y explorar más a fondo la parroquia Ricaurte (Cuenca Canopy, 2009).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La empresa nace en el año 2008 como una iniciativa familiar, al poseer un terreno muy amplio y la necesidad de ofertar una opción diferente en la ciudad, se propone la actividad del canopy para lo cual se realizan contactos con Mindo Canopy, que al ser la primera empresa de canopy del país contaba con amplia experiencia y guiaría a los directivos y encargados de Cuenca Canopy a una correcta instalación, capacitación y mantenimiento del mismo (Cuesta, 2018).

1.2.2. Antecedentes

Al ser la primera propuesta de canopy en la ciudad y uno de los principales y más novedosos atractivos turísticos de la parroquia Ricaurte que durante muchos años ha sobresalido únicamente por la venta de cuyes asados, tuvo gran acogida en el mercado recibiendo un gran número de visitantes de diversos lugares de la provincia principalmente dentro de los primeros meses de apertura.

Cuenca Canopy inicia como un potencial dinamizador de la economía local y como uno de los más importantes atractivos de la zona, siendo unos de los lugares favoritos de visita de turistas de la costa ecuatoriana y de las familias cuencanas durante su periodo vacacional.

Con el pasar de los años paulatinamente ha mejorado su posicionamiento en el mercado, sin embargo existe mucha gente que aún desconoce de la existencia del lugar, debido a la falta de una correcta promoción y, por otro lado, la necesidad de ampliar la demanda para lograr que el visitante regrese (Cuesta, 2018).

1.3. Estado Actual del Cuenca Canopy

1.3.1. Instalaciones

En sus primeros años de vida Cuenca Canopy contaba únicamente con la cabaña principal, la misma que ya existía antes de que se decidiera colocar el canopy en el sector, para recibir a sus visitantes en la cual se les entrega la información y equipo necesario para el desarrollo de las actividades escogidas sin embargo con el pasar del tiempo se crearon canchas de cemento y un restaurante con una sala de uso múltiple, misma que posee una chimenea acogedora, para ampliar la oferta



UNIVERSIDAD DE CUENCA

del lugar y al mismo tiempo garantizar la permanencia de los visitantes por más tiempo dentro de las instalaciones (Cuenca Canopy, 2009).

1.3.2. Actividades en Cuenca Canopy

Como su nombre lo indica su actividad principal es el canopy, sin embargo, existen actividades complementarias como arborismo, camping y salto de Tarzán, que hacen que la experiencia de visita sea única y emocionante.

1.3.2.1. Canopy

La actividad del canopy se realiza a través de 7 cables de acero de diversas distancias e inclinación entre cada plataforma, para lo cual quien lo realiza va correctamente equipado con su arnés de seguridad, casco, guantes y una polea.

Para garantizar la experiencia el recorrido se realiza por niveles, es decir que conforme se avanza a la siguiente plataforma, el cable tendrá mayor longitud y distancia hasta el suelo lo que hará más emocionante la travesía. Los tres primeros cables tienen un grado de dificultad muy simple, y a partir del cuarto cable, el visitante vivirá una gran experiencia atravesando un bosque de eucalipto y abismos que van desde los 50 a los 85 metros de profundidad y entre 160 a 360 metros de longitud.

Al finalizar el recorrido, los visitantes tienen que realizar un ascenso hasta la cabaña de información para lo cual se tiene un sendero y una serie de cuerdas que ayudarán con esta misión (Cuenca Canopy, 2009).

1.3.2.2. Arborismo

El circuito de arborismo consiste en un recorrido compuesto de obstáculos a base de cuerdas y madera, suspendidos en el aire entre los árboles el cual se divide en diferentes etapas que ponen a prueba la destreza y estado físico del visitante, cada etapa está diseñada principalmente para fomentar la concentración mediante la exposición al desafío y la aventura, en cada una de las pruebas y plataformas la persona usa arnés, casco, guantes y se sujeta a una línea de vida que garantiza su seguridad (Cuenca Canopy, 2009).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1.3.2.3. Salto de Tarzán

El salto de Tarzán es una experiencia llena de adrenalina, en donde la persona que lo realice se colocará en una plataforma ubicada a tres metros de altura y al puro estilo de “Tarzán de la selva” saltará al vacío con un arnés de seguridad y un cable de acero, que le permitirá al final del salto quedar como en un péndulo entre los árboles. Hoy en día se ha dejado de lado la práctica de esta actividad debido a que no se ha podido dar un correcto mantenimiento a la plataforma desde la cual se realiza el salto (Cuenca Canopy, 2009).

1.3.2.4. Camping

Como una alternativa a los deportes extremos en Cuenca Canopy se ha adecuado un espacio para los amantes de la naturaleza y las actividades al aire libre, el camping en sus instalaciones se realiza en compañía del personal de guías, aunque existe mucho terreno, el espacio destinado para esta actividad se encuentra a un lado de las canchas de cemento lo que reduce en cierta parte la emoción de un campamento y rompe un poco el esquema original de esta actividad (Cuenca Canopy, 2009).

Germán Cuesta, administrador de Cuenca Canopy indica que uno de los limitantes que se le ha dado a esta actividad es la serie de malas experiencias por las cuales han tenido que atravesar los guías del canopy, ya que quienes han acampado dentro de las instalaciones no han sido conscientes del cuidado del espacio y han generado destrucción y molestia por lo que se había optado en los últimos años en ser zona scout (Cuesta, 2018).

1.3.3. Servicios

La atención en este Canopy por lo general es bajo reservación entre semana y los fines de semana y en los feriados funciona al 100%, esto ocurre de igual manera con los servicios dentro de las instalaciones, es decir con el restaurante. El restaurant “Taita Ezequiel”, posee un ambiente y decoración con elementos típicos de la serranía azuaya (Cuenca Canopy, 2009).



En un principio en el restaurante se ofertaba una amplia gama de platos típicos y golosinas para los visitantes, sin embargo, por la baja rentabilidad del mismo se optó por cambiar su uso y se convirtió en una “huequita” de comida rápida que solo función los fines de semana (Cuesta, 2018).

1.3.4. Señalización

En cuanto al tema de señalización turística, el Cuenca Canopy posee una serie de letreros informativos y flechas dentro de los recorridos para conducir a los turistas hacia la siguiente plataforma, que en general no se encuentra lejos de la anterior, y principalmente para guiar el camino de retorno a la cabaña principal una vez finalizada la actividad.

Cuenta con letreros básicos de información con respecto a ubicación de baños, restaurante y la oficina principal en donde se realizan los pagos y se prepara a los visitantes para las actividades escogidas.

La señalización externa, es decir la que ayuda a los visitantes a direccionarse al Cuenca Canopy es muy deficiente y la poca que existe se encuentra en muy mal estado. Esto en parte se debe a la falta de cultura de ciertos moradores de la parroquia Ricaurte que no contribuyen al mantenimiento de los mismos y por otro lado a la falta de interés de los propietarios del canopy.

A lo largo de todo el camino que conduce hasta la empresa de canopy, el visitante se encontrará con dos letreros pequeños que hoy en día están llenos de grafitis y en mal estado.

1.4. Análisis comparativo y de competencia

1.4.1. Técnica Benchmarking

El benchmarking es una herramienta que permite a las empresas tomar como referencia productos, servicios o procesos de trabajo de empresas líderes en su rama, para compararlos con los de su propia empresa y posteriormente realizar mejoras. Realizar una comparación con los principales competidores permite



UNIVERSIDAD DE CUENCA

detectar cuáles son las falencias o debilidades de la empresa y al mismo tiempo orienta a llevar a cabo mejoras que superen a la competencia (Espinoza, 2017).

1.4.2. Benchmarking competitivo

Para realizar un benchmarking competitivo de canopy, se ha tomado como referente las empresas que se han posicionado en el mercado y de las cuales ya se han hablado a detalle en puntos anteriores, Mindo Canopy y Puntzan Canopy, frente a Cuenca Canopy.

En la Tabla N°3 se presenta el cuadro comparativo de empresas de Canopy tomadas como referencia para el presente estudio.

Tabla 3

Cuadro Comparativo de Empresas de Canopy - Ecuador

		MINDO CANOPY	PUNTZAN CANOPY	CUENCA CANOPY
SERVICIOS	Transfer	Bajo reserva	Bajo reserva	No posee
	Atención	Toda la semana 09h00 -18h00	Toda la semana 10h00 -18h00	Fines de semana de 09h00 – 18h00
	Guías	Rotativos	Rotativos	Rotativos
ACTIVIDADES	Canopy	3500 m. de cable	200 m. de cable	1200 m. de cable
		Charla de seguridad previa	Charla de seguridad previa	Charla de seguridad previa
		\$ 15,00	\$ 12,00	\$ 10,00
	Actividades extra	Canoying, Trekking, Tubbig, camping.	Canoying, Trekking, Tubbig, camping.	Arborismo, Camping, Salto de Tarzan.
	Accesibilidad	Apto para discapacitados y menores de edad	Apto para discapacitados y menores de edad	Apto para menores de edad, sin acceso para discapacitados
INSTALACIONES	Mantenimiento	Limpieza y desmante semanal	Limpieza y desmante semanal	Limpieza y desmante semanal
	Cables	Cambio cada 6 años	Cambio cada 8 años	Cambio cada 6 años
		Importados	Importados	Importados
		Revisión técnica anual	Revisión técnica anual	Revisión técnica constante



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	Cables	Doble cable por seguridad	No posee	Doble cable por seguridad
	Alojamiento	No posee	Cabañas	No posee
	Alimentación	Cafetería - Restaurant	Cafetería - Restaurant	Cafetería - comida rápida
PROMOCIÓN	Redes Sociales	Participación alta	Participación media	Participación baja
	Página Web	Atractiva	Atractiva	Atractiva
		Imágenes y videos de alta calidad	Imágenes y videos de calidad media	Imágenes y videos de calidad media
	Folletería	Distribuidos en empresas turísticas	Distribuidos en empresas turísticas	Distribuidos en empresas turísticas
		Constante	Constante	Ocasional
	Promociones	Descuentos para grupos	Descuentos para grupos	Descuentos para grupos
		Feriados y fechas especiales	Feriados y fechas especiales	Feriados y fechas especiales
	Señalización	Amplia	Amplia	Escasa

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de la página web oficial de las diferentes empresas de Canopy citadas en la presente investigación.

Mindo y Puntzan Canopy son dos grandes empresas que han sabido posicionarse en el mercado y hacer de su servicio algo de calidad. Al realizar el cuadro comparativo se observaron muchas cosas en las que Cuenca Canopy se encuentra en desventaja frente a sus competidores, sin embargo, existen otras en las cuales se encuentra a la par.

1.4.2.1. Servicios

En cuanto a servicios Cuenca Canopy se ven en desventaja frente a la competencia por su tiempo de apertura, ya que mientras los demás se ven como negocios permanentes, en el caso de la empresa cuencana se ve como una actividad de fin de semana. Por otro lado, cada empresa de canopy ofrece servicio de transfer, algo que Cuenca Canopy suspendido debido a la baja afluencia de grupos extranjeros o que necesitasen el traslado. En cuestión de guías cada empresa cuenta con una serie de empleados capacitados y que rotan



UNIVERSIDAD DE CUENCA

constantemente para ofrecer un servicio óptimo ya que es un trabajo que necesita de mucho esfuerzo.

1.4.2.2. Actividades

Dentro de las actividades si bien todas tienen al canopy como su producto estrella, Mindo y Puntzan Canopy poseen una amplia gama de deportes extremos complementarios que atraen al turista y ayudan a su permanencia dentro de las instalaciones y al mismo tiempo contribuyen a su retorno en un futuro. Es en este sentido que Cuenca Canopy se coloca en desventaja frente a las otras empresas. Dentro de la actividad del canopy específicamente todas las empresas cuentan con un servicio de calidad y que se preocupa por la seguridad del visitante y su pleno disfrute.

1.4.2.3. Accesibilidad

En cuanto al tema de accesibilidad de las instalaciones Cuenca Canopy no cuenta con espacios o servicios aptos para personas con discapacidad, Germán Cuesta su administrador manifiesta que esto no ha sido aplicado ya que no se han presentado casos de público que lo requiera sin embargo no se descarta la posibilidad de aplicarlo de ser necesario.

1.4.2.4. Instalaciones

Todas las empresas analizadas cuentan con instalaciones cómodas y atractivas sin embargo Puntzan Canopy se impone sobre las demás al contar con servicio de alojamiento con las cabañas que posee, proyecto que Cuenca Canopy contempla muy optimistamente para ser realizado a finales del 2020 como parte de la ampliación de oferta turística. Las tres empresas se preocupan por el mantenimiento constante de las instalaciones y buscan el uso de materiales de calidad para la permanencia de los espacios.

1.4.2.5. Promoción

La promoción es un tema muy importante dentro de las empresas turísticas sin embargo Cuenca Canopy muestra debilidad frente a las otras empresas ya que no



cuenta con una promoción constante e innovadora para captar nuevos públicos. Por otro lado, la señalización de acceso al canopy es muy escasa y se encuentra en malas condiciones lo que dificulta la llegada de los visitantes hasta las instalaciones del mismo, esto lo pone en desventaja frente a la competencia. En cuanto a la página web a diferencia de las otras empresas, Cuenca Canopy muestra una gran debilidad y falta de creatividad en la misma.

Mediante al análisis comparativo que se ha hecho de Cuenca Canopy frente a los referentes de canopy nacional se puede evidenciar la desventaja en la cual se encuentra en cuanto al conjunto de servicios en general. Hay muchos aspectos en los cuales trabajar y que ameritan ser mejorados para ampliar la demanda del lugar.

1.4.3. Innovación turística de productos de aventura

El mercado es cada vez más exigente y están en busca aventuras nuevas que salgan fuera de lo convencional y que oferten experiencias únicas y llenas de adrenalina, en este sentido la oferta turística en el país va en aumento, cada vez se encuentran nuevas cosas y actividades, un caso muy particular de innovación en cuanto a canopy en el Ecuador es la denominada “Canopy Doble”.

Para la propuesta de canopy doble se han colocado dos cables paralelos con una distancia aproximada de 2 metros entre los dos y 1300 metros de distancia cada uno, el principal objetivo de este tipo de canopy es que dos personas puedan realizar la actividad al mismo tiempo y puedan disfrutar de la experiencia con quien más lo deseen, esto ha captado la atención de parejas, familias y amigos que se aventuran a la práctica de este deporte tan peculiar.

Estas ideas de canopy se pueden encontrar en sectores como Puyo, con “Canopy Doble Puertas del cielo” y “Canopy Doble Adán y Eva” en Ambato.

La mayoría de los lugares que se dedican a la práctica de canopy cuentan con servicios complementarios que incrementan la oferta del lugar, actividades como escalada, trekking, senderismo son unas de las más comunes y que varían acorde al espacio en el cual se realizan (Samaniego, 2016).



1.5. Medios de difusión, promoción y marketing

Una de las principales maneras en cómo una empresa se da a conocer dentro del mercado es a través de la promoción y técnicas de marketing que utilizan para mostrar a lo que se dedican y cuáles son aquellos productos o servicios que poseen, esto por lo general irá dado de la mano de los medios que se utilicen para difundir la información y llegar a los segmentos esperados y de igual manera deberá adaptarse a las nuevas tendencias del mercado y en como la demanda consume la información de tal manera que se asegure una correcta distribución y llegada al segmento deseado. Las empresas deben brindar mucho énfasis en cómo se maneja este punto (Ojeda y Mármol, 2012).

1.5.1. Página Web

La página web oficial de Cuenca Canopy muestra a los visitantes información sobre la empresa, sus servicios y diferentes actividades que se pueden realizar dentro de las instalaciones, cuenta con una galería de fotos y un video informativo de cómo acceder hasta las instalaciones por carretera.

La información que se encuentra en la página web es de fácil entendimiento y acceso, sin embargo la simpleza de la explicación hace que sea poco atractiva además de que es evidente la falta de actualización a tenido la pagina en los últimos años ya que desde el inicio de su funcionamiento, han sido mínimos los cambios que se han realizado, manteniendo elementos como: fotos, videos, mapas, entre otros, sin ninguna novedad.

Otro de los inconvenientes con la pagina web oficial de Cuenca Canopy es la dificultad para encontrarla ya que al buscarla en la red únicamente como “Cuenca Canopy” se nos direcciona a páginas no oficiales o de información turística que hablan sobre el canopy y según González y Prieto (2009) en su Manual de Publicidad indican que esto sucede cuando los sitios web dependen de otros para existir o la falta de visitas a los mismo.



1.5.2. Redes sociales

La manera en cómo las empresas interactúan con sus clientes ha tenido un cambio significativo desde la aparición de las redes sociales lo que ha permitido una mejor y más rápida comunicación, siendo esta más directa. A esto se le suma el costo mucho menor de utilizar las redes sociales para anunciar, que hacerlo por medios tradicionales como la radio y la televisión (Castro, 2018).

Cuenca Canopy ha optado por el uso de redes sociales muy populares como Facebook, Instagram y YouTube, dentro de las cuales ofrecen información sobre sus servicios y muestran al público las experiencias de quienes ya han visitado sus instalaciones, aunque como en el caso de la página web, tampoco se encuentran actualizados.

En cuanto a la información que encontramos en la página de Facebook es realmente simple y sin mucho énfasis a lo que es la empresa, la publicación de imágenes, promociones, notas de interés, entre otras, es muy poco frecuente.

1.5.3. Folletería y material escrito

Dentro de los destinos turísticos y de las empresas de prestación de servicios es muy popular el uso y entrega de folletos y Material escrito que contenga información básica sobre las actividades que se ofrecen, fotos y quizá promociones atractivas para los visitantes, por lo general se toma como una opción de publicidad ya que es fácil que llegue a un público diverso, sin embargo, es una de las opciones menos rentables tanto económica como ambientalmente hablando (González y Prieto, 2009).

Según su administrador Germán Cuesta, Cuenca Canopy durante muchos años utilizó promoción escrita en folletos y flyers, con el pasar de los años ha reducido su uso ya que desde hace algunos años cuenta con un espacio en los diversos mapas informativos que la Municipalidad de Cuenca junto con el centro de Información turística Itur brindan a los visitantes de la ciudad y consideran ya es una promoción de bastante importancia como para invertir en más de ese tipo (Cuesta, 2018).



CAPÍTULO 2: ESTRATEGIAS DE ACTUALIZACIÓN DE SERVICIOS

2.1. Análisis FODA de Cuenca Canopy

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta que permite elaborar un cuadro de la situación actual del objeto de estudio permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permite tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados (De Luca, 2018). En la Tabla N° 4 se observa el análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que cuenta el Cuenca Canopy de Ricaurte.

Tabla 4

Análisis FODA de Cuenca Canopy, Ricaurte

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Ubicación estratégica en un amplio y atractivo bosque.• Áreas verdes para compartir luego de realizar las actividades.• Precio bajo frente al resto del mercado.• Personal capacitado para el asesoramiento a los clientes• Solida relación entre los empleados	<ul style="list-style-type: none">• Se encuentra ubicada en una zona alejada de la zona urbana de Cuenca.• Falta de diversificación de productos.• Señalización externa deficiente.• Baja promoción del Cuenca Canopy.• Falta de innovación en los servicios ofertados.• No posee transporte.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Baja competencia en el mercado.• Existe mucho espacio natural para la práctica de nuevas actividades.• Nuevas actividades con bajo costo.• Días festivos para el establecimiento de promociones	<ul style="list-style-type: none">• La práctica del deporte depende de la temporalidad, clima.• Baja frecuencia de transporte público hasta la zona del canopy.• Reemplazable por otras actividades.• Entrada de nuevas empresas al



<ul style="list-style-type: none">• La ciudad recibe varios visitantes interesados en deportes de aventura cada año.	<p>mercado.</p> <ul style="list-style-type: none">• Problemas externos no controlables: inflación, inestabilidad política y económica, entre otros.• Destrucción de letreros en el camino.
--	---

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida de la página web oficial de Cuenca Canopy. <http://www.zyplinescuencacanopy.com/>

2.2. Misión y Visión de Cuenca Canopy

La misión y visión definen la base de una compañía, representan el por qué y para qué existe esta, en estos conceptos están plasmados la ideología y propósitos de la empresa para el futuro. Al contener aspectos muy importantes de la razón o motivo de la empresa es necesario que esta sea definida desde el nacimiento de la misma y que prevalezca con el pasar de los años.

La misión y visión constituyen el núcleo de todo y es de donde parte la articulación de estrategias, por otro lado, estas no son modificables, para ello es muy importante que su definición sea breve y específica. Esto hará más claro el mensaje y más arraigado quedará en los trabajadores y clientes (Seminarium Internacional, 2018).

2.2.1. Misión

La misión es el motivo o razón de ser de una empresa, es decir, es la actividad que justifica el por qué se realiza dicha actividad. La misión depende de la actividad, el entorno, los recursos de la empresa y será diferente para cada caso dependiendo también de la población y situación del mercado (DCabo Consultores, 2018).

Cuenca Canopy es una empresa que no cuenta con una misión clara y ha variado mucho con el pasar de los años, para lo cual se ha diseñado una propuesta de la misma basada en la motivación que tienen sus directivos para mantenerla en funcionamiento, además de modelos de empresas de canopy nacional como Mindo y Puntzan y modelos internacionales como Sky Mountain y Tárcoles



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Canopy de Costa Rica que tiene muy claro cuál es la razón de la existencia de sus negocios en el mercado.

Tras varias charlas y dialogo con quienes laboran en Cuenca Canopy y conocen de ella desde sus inicios, se ha desarrollado la siguiente propuesta para la nueva misión de la empresa:

Promover y orientar la actividad de canopy y afines dentro de la ciudad de Cuenca desarrollando un estrecho vínculo entre el turista y la naturaleza, con el fin de crear conciencia de conservación y protección de la naturaleza, con una dosis de adrenalina, que inspire momentos de alegría, en un ambiente familiar, agradable y seguro.

2.2.2. Visión

La visión es la imagen que la empresa quiere conseguir a largo plazo, es decir, como se ve en el futuro. Esta expectativa es real por lo que se espera que ocurra y sea exitosa, debe ser realista pero también puede ser ambiciosa, su función es guiar y motivar a la empresa, plantea metas muy ambiciosas que llevarán a la compañía a un éxito total. La importancia de la visión radica en que es una fuente de inspiración para el negocio (DCabo Consultores, 2018).

Al igual que en el punto anterior también existe una carencia de visión para el canopy y esto ha causado que su mirada hacia el futuro sea inestable, para ello se ha diseñado una propuesta de la misma.

Siendo esta la propuesta para la nueva visión de la empresa:

Para el año 2023 Cuenca Canopy se posicionará como organización líder en la prestación de actividades de canopy y arborismo, nuestra meta es consolidarnos como uno de los destinos turísticos preferidos del cantón Cuenca y expandir su presencia a nivel regional, generando bienestar y satisfacción a sus clientes con un excelente servicio y compromiso con el medio ambiente.



2.3. Análisis de servicios y actividades prestados en Cuenca Canopy

2.3.1. Análisis de servicios

La Organización Mundial de Turismo (OMT) define los Servicios Turísticos como: El resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de la industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos. Incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación, satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc., (UNTWO, 2005).

Dentro de los Servicios Turísticos regulados por la ley tenemos los siguientes: Alimentación, transporte, alojamiento, guianza, información, acogida de eventos entre otros.

Cuenca Canopy es una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos de aventura y que se ha esforzado por hacerlo con calidad y calidez para garantizar el disfrute de sus visitantes. En este sentido es importante conocer cómo se han estado manejando los servicios prestados a fin de poder realizar propuestas acorde a las necesidades encontradas dentro de la empresa, para ello se tomarán los datos antes expuestos en el benchmarking comparativo y el análisis de la situación actual del Cuenca Canopy.

En puntos anteriores se ha evidenciado la desventaja competitiva en la cual se encuentra Cuenca Canopy frente a otras empresas de similares características debido a ciertos factores que lo han convertido en un lugar recreacional de fines de semana y esto ha hecho que muchos de sus servicios cambien o sean abolidos en su totalidad. Al analizar cada uno de los servicios que actualmente posee el Canopy y comparados con sus inicios es evidente los cambios drásticos por los que ha tenido que pasar para mantenerse en el mercado.



2.3.1.1. Servicio de Alimentación

Cuenca Canopy posee el Restaurante “Taita Ezequiel”, el mismo que posee una decoración muy interesante con elementos tradicionales de la serranía cuencana como chalinas, cuencos de madera, piedras de moler, entre otros. En sus inicios surgió como un local de comida típica que ofrecía un variado menú a sus visitantes, entre ellos: Secos, Carne asada, Cuy Asado (bajo reserva), canelazo, entre otros, y para atenderlo contaba con el apoyo de 4 empleados.

Con el pasar de los años los directivos del Canopy notaron que no era un servicio rentable y optaron por eliminar el menú anterior por algo más sencillo de “fin de semana” como manifestó Germán Cuesta su administrador, ofertando comida de rápida preparación como salchipapas, hotdogs, golosinas y bebidas rápidas, reduciendo al mismo tiempo el personal de servicio a dos personas, una para sábado y otra el domingo (Cuesta, 2018).

La medida tomada por los directivos de Cuenca Canopy al suspender el servicio de comida tradicional se ve como una óptima solución ante el bajo rédito económico que este producía, ya que como menciona Estévez, cuando un servicio no da los resultados esperados es necesario modificarlo o abolirlo en su totalidad a fin de no causar pérdidas en la empresa (Estévez, 2010).

2.3.1.2. Servicio de Transporte

Si bien existen diversas maneras de acceder al Cuenca Canopy y los visitantes lograban acceder con éxito a las instalaciones a pesar de la escasa señalización, se optó por implementar el servicio de transfer para aquellos clientes que venían de sectores lejanos y deseaban practicar el deporte. En el año 2014 se realizó la adquisición de una buseta por parte de la empresa, la misma que era utilizada para trasladar a los visitantes desde diversos puntos de la ciudad bajo reserva sin embargo no tuvo los resultados esperados.

Como medida ante esta problemática los administrativos del Canopy decidieron colocar la buseta en el parque Calderón, a lado de los buses panorámicos, empresas con las que mantenían convenios, el plan era ofrecer actividades de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

canopy sus complementos y trasladar a los interesados desde el parque hasta las instalaciones de Cuenca Canopy sin recargo adicional, sin embargo resultó en un fracaso económico como lo comenta Germán Cuesta su administrador, ya que contaban con un promedio de 3 a 4 personas por viaje y muchas veces a mitad de camino los llamaban para recoger a alguien más, lo que complicaba la situación (Cuesta, 2018).

Estas medidas al no tener validez ni ser de aporte para la empresa fueron abolidas en su totalidad, dejando al Cuenca Canopy sin servicio de transfer y cuando este es solicitado en casos especiales se utilizan los vehículos de los administrativos de la empresa o en caso de ser un grupo numeroso se solicita el servicio de empresas aliadas como Pazhuca Tours que los ayudan con esto. Es un servicio que al igual que el anterior también ha sufrido cambios por la baja afluencia de visitantes y el rédito económico poco satisfactorio que generan.

2.3.1.3. Servicio de Guianza

La guianza o acompañamiento que realizan los instructores dentro del canopy a cada uno de los visitantes es muy importante ya que es esta la que garantiza un mejor disfrute de las actividades que se realizan y son parte fundamental del retorno del cliente o que a su vez este recomiende a otros la visita a las instalaciones (UNTWO, 2005).

Germán Cuesta, administrador del Cuenca Canopy menciona que al momento de su ingreso al negocio en 2010 la empresa contaba con el servicio de 6 guías locales quienes habían sido capacitados por miembros de *Mindo Canopy S.A.* mismos que colaboraron para la instalación del canopy en Ricaurte, sin embargo con el pasar del tiempo y al notar la baja calidad en cuanto a atención al cliente que poseía el personal, se optó por una capacitación que duró alrededor de 1 mes por parte de los administrativos de la empresa.

A pesar de la capacitación, dice Cuesta, los resultados continuaron siendo negativos debido a que era un personal sin educación formal y con actitudes muy “toscas” por lo que en un par de años estos ya habían sido reemplazados por un



UNIVERSIDAD DE CUENCA

personal joven y activo. A partir del año 2014 aproximadamente Cuenca Canopy ya poseía un grupo nuevo de 8 guías rotativos los mismos que se mantienen hasta la actualidad y el compromiso con su trabajo se ve reflejado en la satisfacción de los clientes.

El trabajo de guía es muy cansado ya que estos están al servicio de los visitantes y tiene que garantizar el disfrute de cada una de las actividades, dentro de sus funciones están: Colocación de equipo, charlas técnicas, enganche y empuje en las líneas, si un visitante tiene dificultades en el recorrido ellos lo ayudan, entre otras actividades (Cuesta, 2018).

El servicio de guianza dentro del canopy es de calidad y sus instructores son personas preparadas tanto profesional como humanamente lo que contribuye en gran medida al refuerzo de la imagen de la empresa.

2.3.1.4. Servicio de Información

La OMT define a la información turística como el conjunto de servicios que se prestan al turista para informar y orientarlo durante su viaje o su estancia en destino. En este sentido se incluye tanto la información que recibe antes de emprender el viaje o la visita como también la que recibe al momento de estar en el mismo para participar o no de las actividades ofertadas (UNTWO, 2005).

La información entregada dentro del Canopy es de calidad ya que se informa correctamente al visitante sobre cada una de las actividades que existen, su duración, dificultad, costo y las precauciones a tener en las mismas, sin embargo, la debilidad en el servicio de información radica en la que se entrega de manera externa. Cuenca Canopy ha reducido considerablemente la promoción y entrega de folletos informativos ya que han resultado en pérdida para la empresa como lo comenta Germán Cuesta su administrador, además de que la reunión con los agentes de ventas de las operadoras turísticas resulta en problemas ya que las comisiones solicitadas son muy altas (Cuesta, 2018).



2.3.2. Análisis de actividades

La OMT define a las actividades turísticas como aquellas acciones encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional y forman parte de la oferta turística (UNTWO, 2005).

Cuenca Canopy cuenta con una serie de actividades destinadas a satisfacer las necesidades de diversión y ocio de los visitantes, por lo que es importante conocer cómo se han estado manejando para realizar propuestas acorde a las mismas, para ello se tomarán los datos antes expuestos en el benchmarking comparativo y el análisis de la situación actual del Cuenca Canopy analizándolos a profundidad.

2.3.2.1. Canopy

Esta actividad dentro de Cuenca Canopy se realiza a través de 7 cables de acero de diversas distancias e inclinación, para lo cual quien lo realiza va correctamente equipado con su arnés de seguridad, casco, guantes y una polea. Para garantizar la experiencia el recorrido se realiza por niveles, es decir que conforme se avanza a la siguiente plataforma, el cable tendrá una mayor longitud y la distancia hasta el suelo será mayor lo que hará más emocionante la travesía.

Al finalizar el recorrido, los visitantes tienen que realizar un ascenso hasta la cabaña de información para lo cual se tiene un sendero y una serie de cuerdas que ayudarán con esta misión (Cuenca Canopy, 2009).

Los cables destinados para esta actividad son extranjeros y de alta calidad, mismos que fueron cambiados en el año 2016 como indica su administrador, para garantizar la seguridad de la actividad. La estrategia de colocar los cables a diversas alturas y distancias responde a una manera de empatía, ya que los 3 primeros cables son de corta distancia y altura lo que ayuda a manera de entrenamiento y en caso de no sentirse bien el visitante abandona la actividad y de no ser así continua y las emociones serán mucho más fuertes (Cuesta, 2018).

2.3.2.2. Arborismo

El circuito de arborismo consiste en un recorrido compuesto de obstáculos a base de cuerdas y madera, suspendidos en el aire entre los árboles el cual se divide en



UNIVERSIDAD DE CUENCA

diferentes etapas que ponen a prueba la destreza y el estado físico del visitante, en cada una de las pruebas y plataformas la persona usa arnés, casco, guantes y se sujeta a una línea de vida que garantiza su seguridad (Cuenca Canopy, 2009). Esta actividad es poco solicitada por los visitantes debido a su grado de dificultad y lo cansada que puede resultar, el mantenimiento de la misma es muy alto comparado al uso que se le da y de debe estar en constante revisión ya que al estar al contacto con elementos naturales como lluvia, sol, viento, etc., y estar hecho de materiales sensibles como madera y cuerda su desgaste es mucho mayor con el pasar de los años.

2.3.2.3. Salto de Tarzán

La actividad consiste en que el visitante se coloque en una plataforma ubicada a tres metros de altura y al puro estilo de “Tarzán de la selva” saltará al vacío con un arnés de seguridad y un cable de acero, que le permitirá al final del salto quedar como en un péndulo entre los árboles con la seguridad de que no se lastimará o golpeará luego del mismo (Cuenca Canopy, 2009).

Hoy en día se ha dejado de lado la práctica de esta actividad ya que no se ha podido dar un correcto mantenimiento a la plataforma desde la cual se realiza el salto y cuenta con ciertos desperfectos que impiden que la actividad tenga la misma emoción deseada. La zona en donde se encuentra colocada la plataforma no permite realizar modificaciones y al no contar con especialistas en el tema dentro de la ciudad los administrativos de Cuenca Canopy han optado por cerrar la atracción temporalmente hasta hallarle una solución.

2.3.2.4. Camping

Esta actividad consiste en pernoctar al aire libre mediante el uso de carpas o tiendas de acampar, se realiza en compañía del personal de guías del Canopy, aunque existe mucho terreno, el espacio destinado para esta actividad se encuentra a un lado de las canchas de cemento lo que reduce en cierta parte la emoción de un campamento y rompe un poco el esquema original de esta actividad (Cuenca Canopy, 2009).



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Germán Cuesta, administrador de Cuenca Canopy indica que esta no una actividad muy solicitada por los visitantes por lo que no se ha determinado una tarifa económica para su práctica. Uno de los limitantes que se le ha dado a esta actividad es que quienes han acampado dentro de las instalaciones no han sido conscientes del cuidado del espacio y han generado destrucción y molestia, además de que no se ha determinado actividades complementarias para su práctica, por lo que se había optado en los últimos años en ser zona scout (Cuesta, 2018).

2.4. Encuestas a visitantes para medir el grado de satisfacción con cada servicio brindado (actividad)

Hasta el punto anterior de esta tesis, los instrumentos de investigación han sido las entrevistas y diálogos con el personal administrativo de Cuenca Canopy además de una serie de visitas a la institución a fin de conocer la realidad de la misma, sin embargo, Nicosia menciona que la decisión del consumidor y sus perspectivas con respecto a un negocio están directamente relacionadas con las técnicas de marketing o en este caso la actualización que se le vaya a dar al mismo. Teniendo en cuenta este aspecto se ha optado por la aplicación de una encuesta a los clientes del canopy a fin de conocer su visión sobre la empresa y su grado de satisfacción con los servicios adquiridos (2015).

Para la aplicación de esta investigación de carácter cuantitativo se ha tomado una muestra de 155 visitantes divididas en 45 encuestas ya que se aplicaron por grupo de un universo infinito, esto debido a que no existe una base de datos o censo de cuantos clientes llegan al Canopy. Las encuestas se realizaron durante un feriado importante del país como es el 09 de octubre en cual se conmemora un año más de la independencia de la ciudad de Guayaquil y en el presente año se declaró un periodo largo de feriado que abarcaba 4 días, por lo que se aprovechó estos días de movilización masiva de los turistas además de varios días después del mismo para obtener una muestra significativa (Ver Anexo 1).

Mediante la aplicación de las encuestas de satisfacción al cliente se espera recopilar información relevante que permita a la empresa entender exactamente qué es lo que están haciendo mal ya que este método de investigación en tiempos recientes se ha convertido en una herramienta vital para la satisfacción del cliente, consiguiendo su lealtad. Mediante los resultados se espera lograr la elaboración de estrategias de actualización de servicios y promoción turística acordes a las necesidades que se evidencien mediante el análisis de los datos obtenidos.

2.4.1. Interpretación de datos obtenidos en la encuesta de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy

En este punto de la investigación se muestra la interpretación de los datos obtenidos durante la aplicación de encuestas de satisfacción al cliente en Cuenca Canopy realizadas durante el mes de octubre, aprovechando feriado nacional, ya que es a partir de los mismos que se podrán plantear futuras propuestas para la innovación de servicios dentro de las instalaciones.

1. Lugar de procedencia

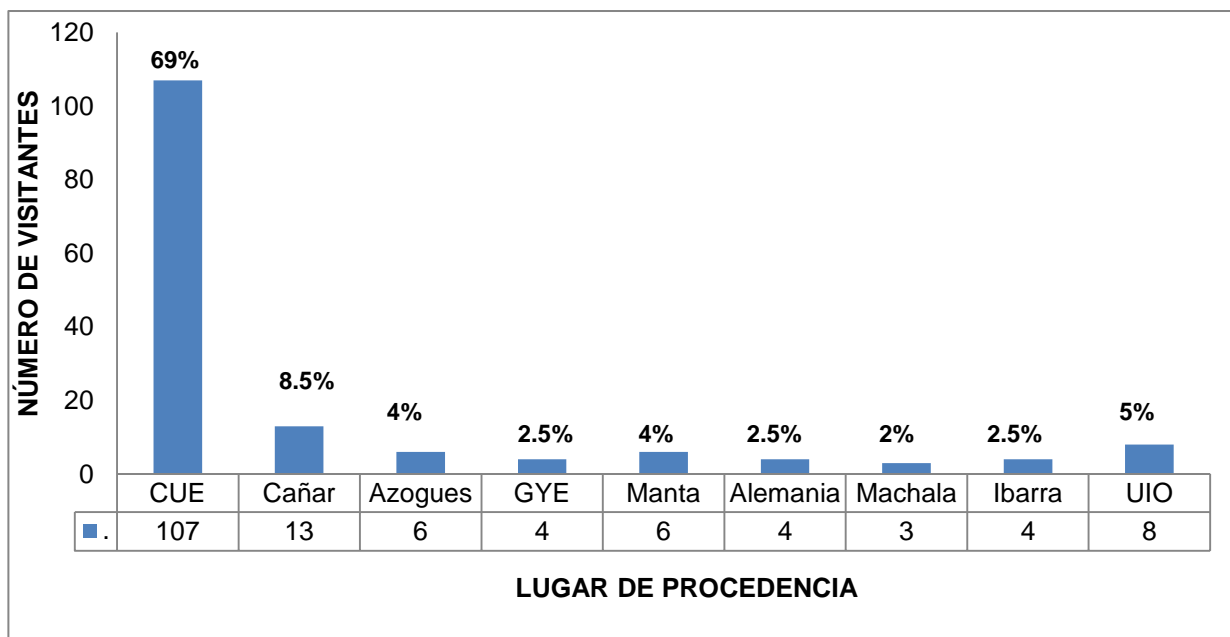


Figura 1: Lugar de procedencia de los visitantes de Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: La mayor cantidad de visitantes que llegan a Cuenca Canopy son procedentes de la ciudad de Cuenca, seguidos por turistas de ciudades relativamente cercanas como Azogues y Cañar, y en menor cantidad de otras ciudades del país, lo que indica que el destino necesita mejorar en promoción ya que en el Boletín de Indicadores Turísticos del cantón Cuenca se menciona que las principales ciudades de origen de los visitantes de Cuenca proceden de Guayaquil, Quito y Machala, además de diversos países extranjeros (Serrano et al., 2018).

2. Número de personas con las que visita el atractivo y sus edades

Los datos de cantidad de visitantes por grupo y sus edades se obtuvo mediante la aplicación de una misma pregunta, sin embargo, para una mejor comprensión de los datos recolectados se ha separado los mismos en dos ítems diferentes: Número de visitantes por grupo y edad de los visitantes a Cuenca Canopy.

2.1. Número de visitantes por grupo

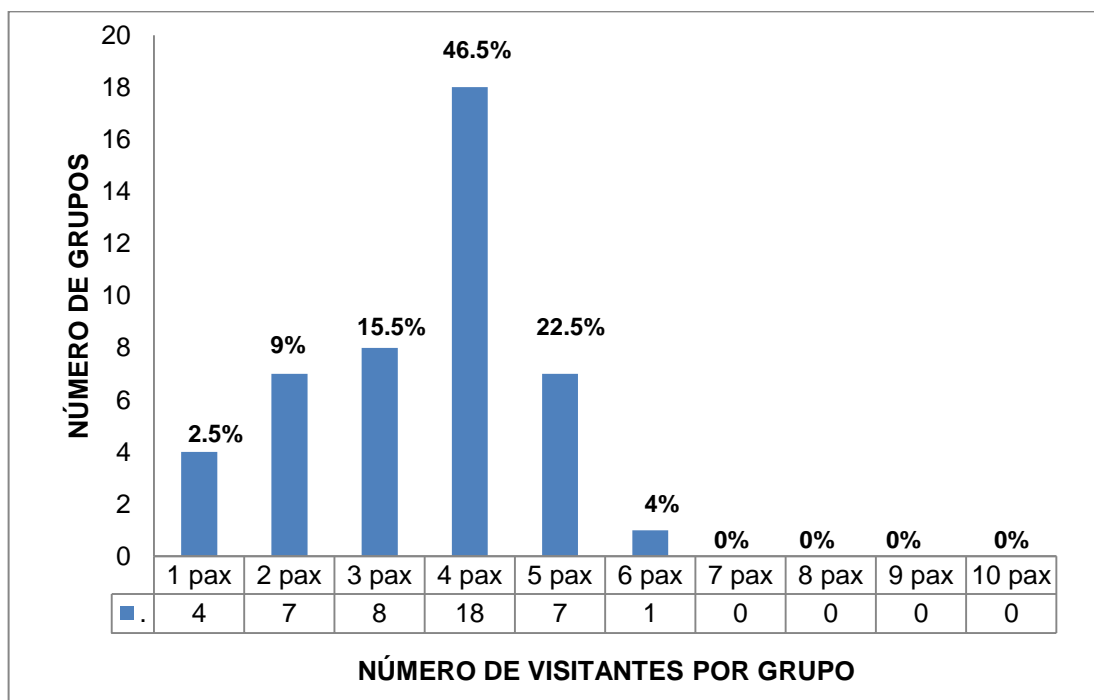


Figura 2: Número de integrantes por grupos visitantes de Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Interpretación: Se evidencia que por lo general los grupos que llegan a Cuenca Canopy se encuentran conformados por 2 hasta 5 personas siendo las visitas en solitario muy poco frecuentes ya que esta es una actividad que se desarrolla mejor en compañía de terceros, por otro lado la visita en grupos grandes es menor ya que estos suelen asistir a las instalaciones previo reservación y en la mayoría de los casos se opta por atenderlos entre semana de tal manera que puedan ser atendidos con calidad.

2.1. Edad de los visitantes a Cuenca Canopy

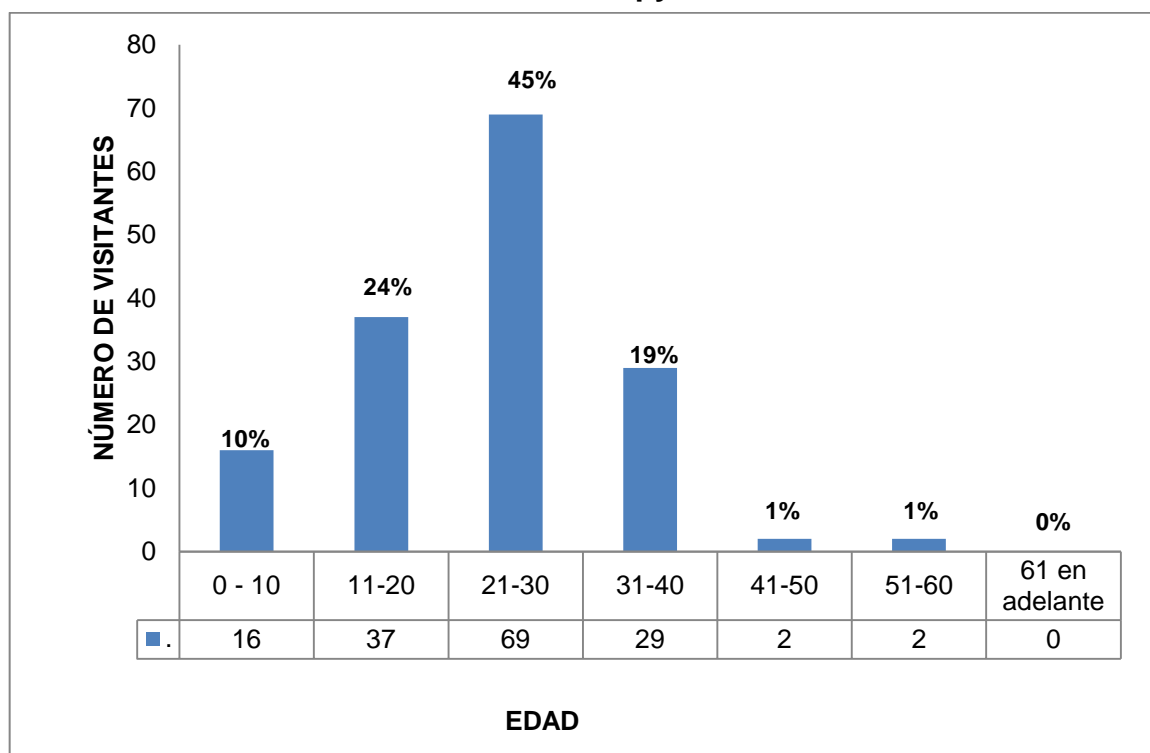


Figura 3: Edad de los visitantes de Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: Mediante la aplicación de la encuesta es posible notar que existe mayor presencia de personas con una edad entre los 21 a 30 años seguido por visitantes con una edad entre los 11 y 20 años, y en menor cantidad lo visitan personas entre los 31 y 40 años lo que determina que al ser un espacio para la práctica de deportes de aventura es un público joven el que se ve atraído a

visitarlo lo que incluye la visita de familias con sus niños menores que también pueden practicar la actividad. Al contar con amplios espacios verdes y un restaurante pequeño permite que públicos de diferentes edades puedan asistir como en el caso de personas entre los 51 a 60 años.

3. Género de los visitantes a Cuenca Canopy

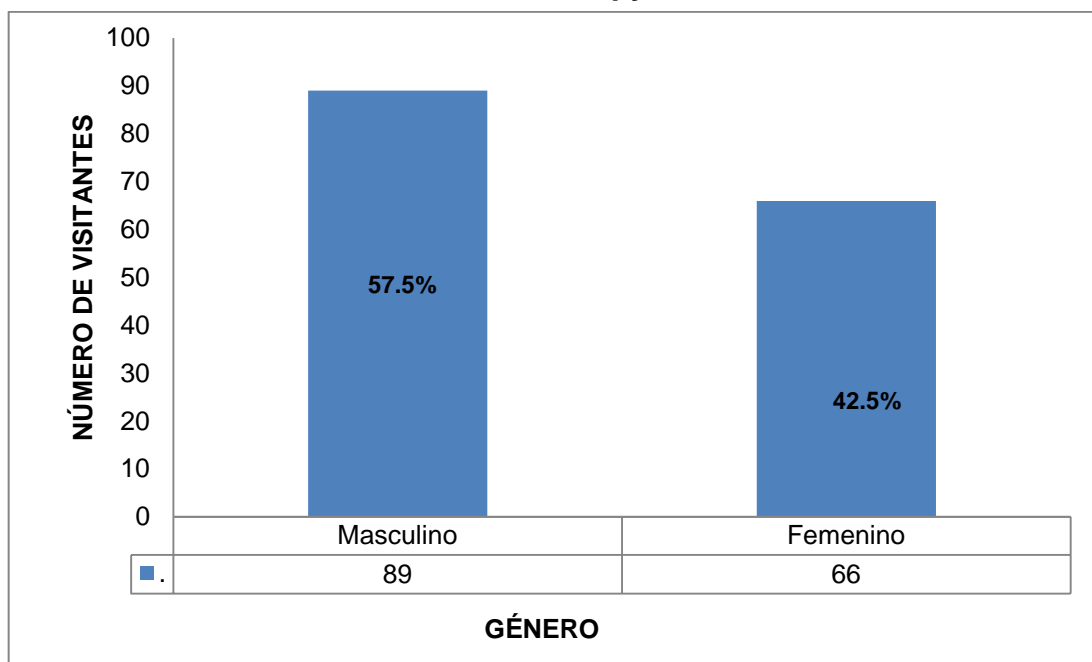


Figura 4: Género de los visitantes a Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: La cantidad de visitantes de género femenino es menor en comparación del género masculino esto se da gracias a que actividades de aventura como el canopy y sus complementos atraen más a este segmento, lo que no significa que las mujeres no se vean interesadas por realizar Canopy u otra actividad que la empresa ofrece. Por otro lado, al realizar la observación de campo se evidenció que las mujeres que visitan las instalaciones con sus familias permanecen al cuidado de los más pequeños o simplemente deciden permanecer a la espera del regreso de sus familiares.

4. Medio por el cual los visitantes conocen sobre existencia del atractivo

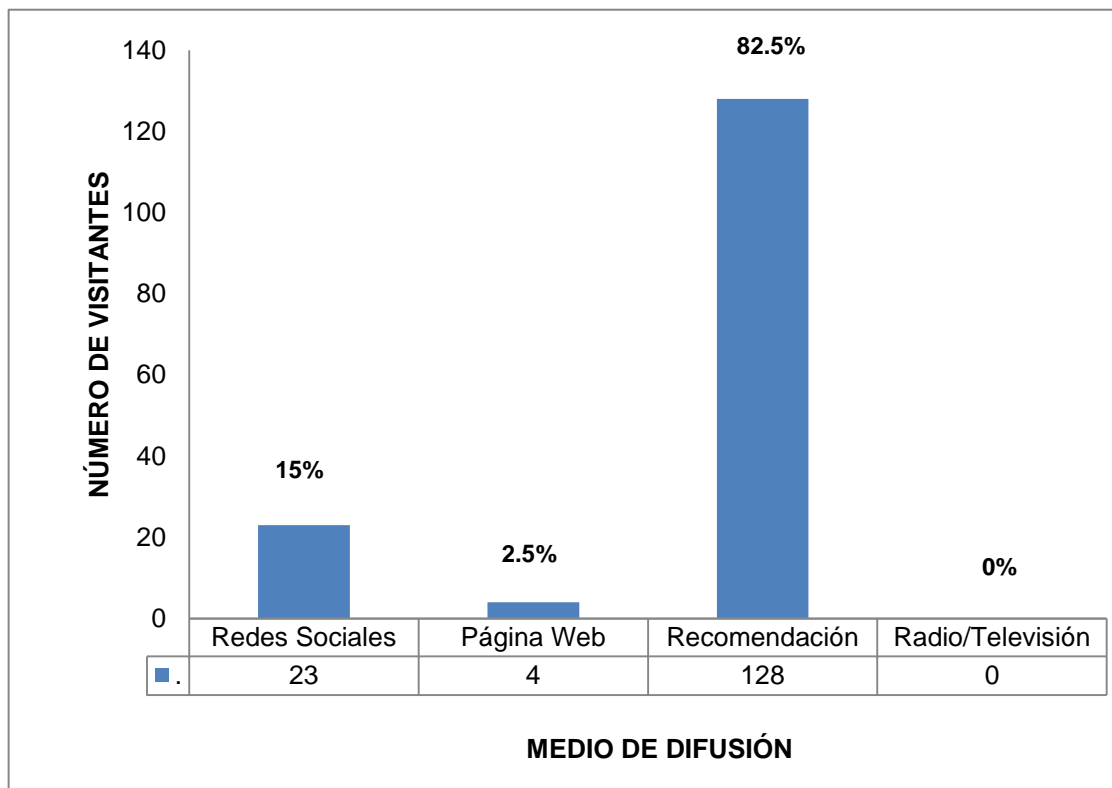


Figura 5: Medio por el cual los visitantes se enteraron sobre Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: En su gran mayoría los visitantes y encuestados conocen de la existencia del Cuenca Canopy por recomendación de amigos, compañeros y familiares que han visitado con anterioridad las instalaciones. Otro de los medios por los cuales se han enterado del Canopy es por medio de Redes Sociales ya que estos se han convertido en medios de transmisión de información masiva. La Página Web no tiene relevancia entre los visitantes y medios de comunicación como radio y televisión no son mencionados por parte de los visitantes ya que no se ha realizado promoción por estos medios ya que son relativamente costos para la empresa.

5. Medio de transporte utilizado para llegar al atractivo

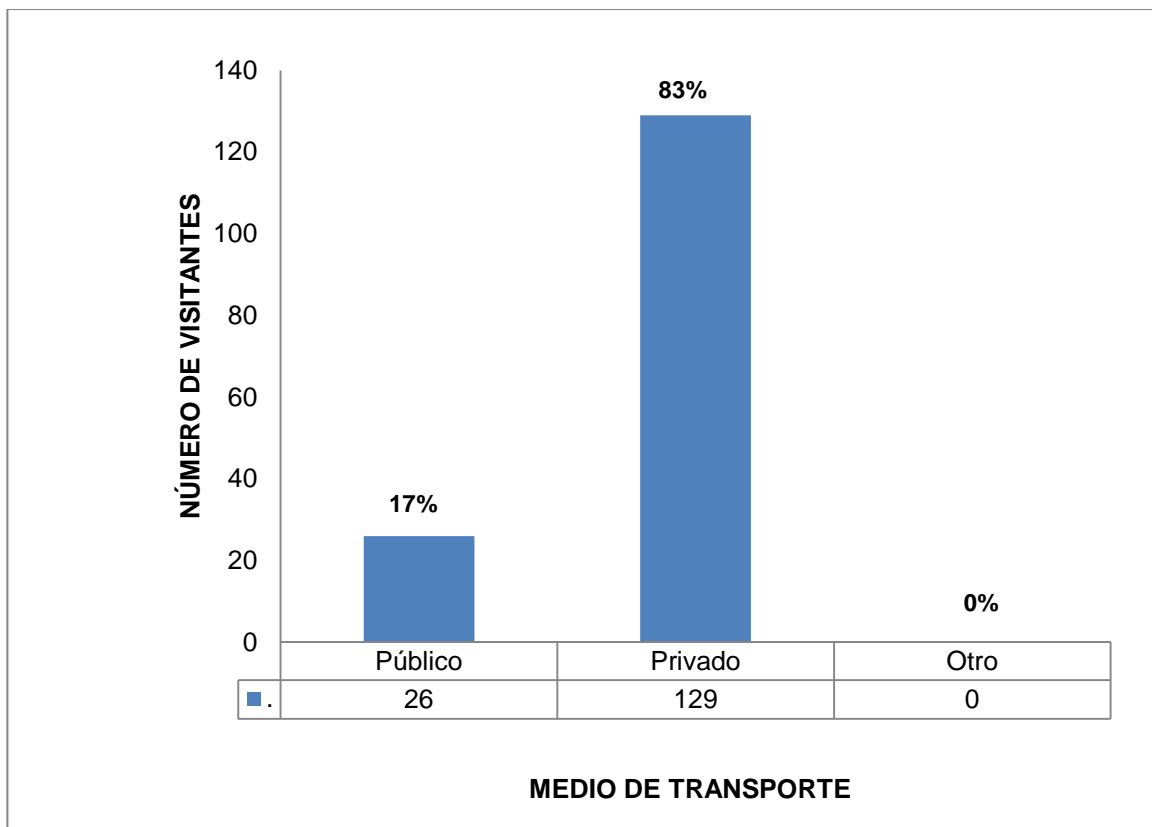


Figura 6: Medio de transporte utilizado para llegar a Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: El transporte mayormente utilizado por los visitantes para el desplazamiento hacia el Canopy es de tipo particular, esto responde a que si bien existe transporte de servicio público que facilite la movilización hacia un punto cercano al Canopy (Iglesia de Bibín), un porcentaje imperceptible manifestó el uso de este tipo de transporte. Por otro lado, mediante testimonio algunos de los encuestados que usaron transporte público manifestaron que tomar una camioneta o taxi para acceder a las instalaciones de Cuenca Canopy resultaba sumamente costoso, entre \$5 y \$7 aproximadamente lo que los orientaba a tomar bus.

6. Actividades que realizó durante su visita

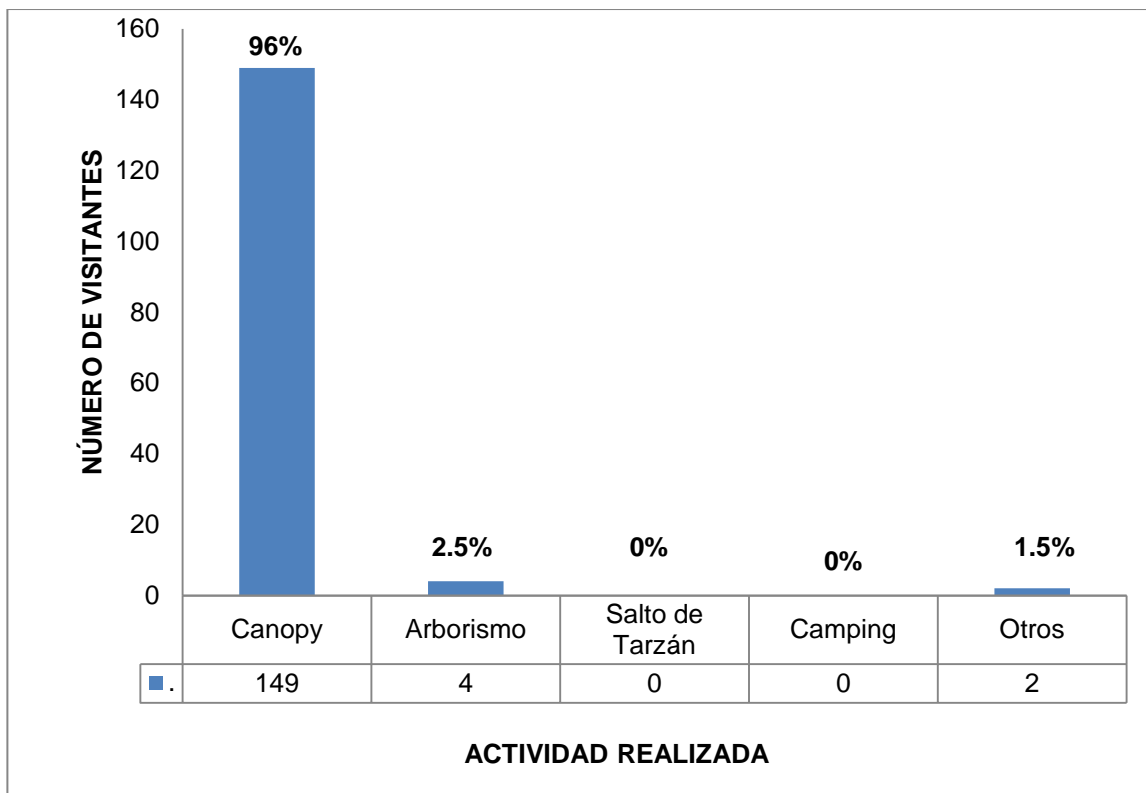


Figura 7: Actividades que realizaron los encuestados en su visita a Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: Cuenca Canopy es una empresa reconocida dentro de la ciudad de Cuenca por la prestación del deporte de aventura, que da nombre a la empresa, Canopy por lo cual esta se ha convertido en la actividad más solicitada dentro de los visitantes con un total del 96% de los encuestados, por otro lado, al no ser una actividad muy conocida dentro de los visitantes y dado el grado de dificultad que representa la práctica de arborismo es muy poco realizada, en este caso fue realizado por el grupo de turistas extranjeros. La actividad de Camping al estar direccionada únicamente a los grupos scout de la ciudad no es conocida por los visitantes y el llamado Salto de Tarzán es una actividad que se encuentra fuera de servicio por las fallas de montaje que posee por lo que se encuentra con un 0% de uso.



7. Frecuencia de uso de los servicios de Cuenca Canopy

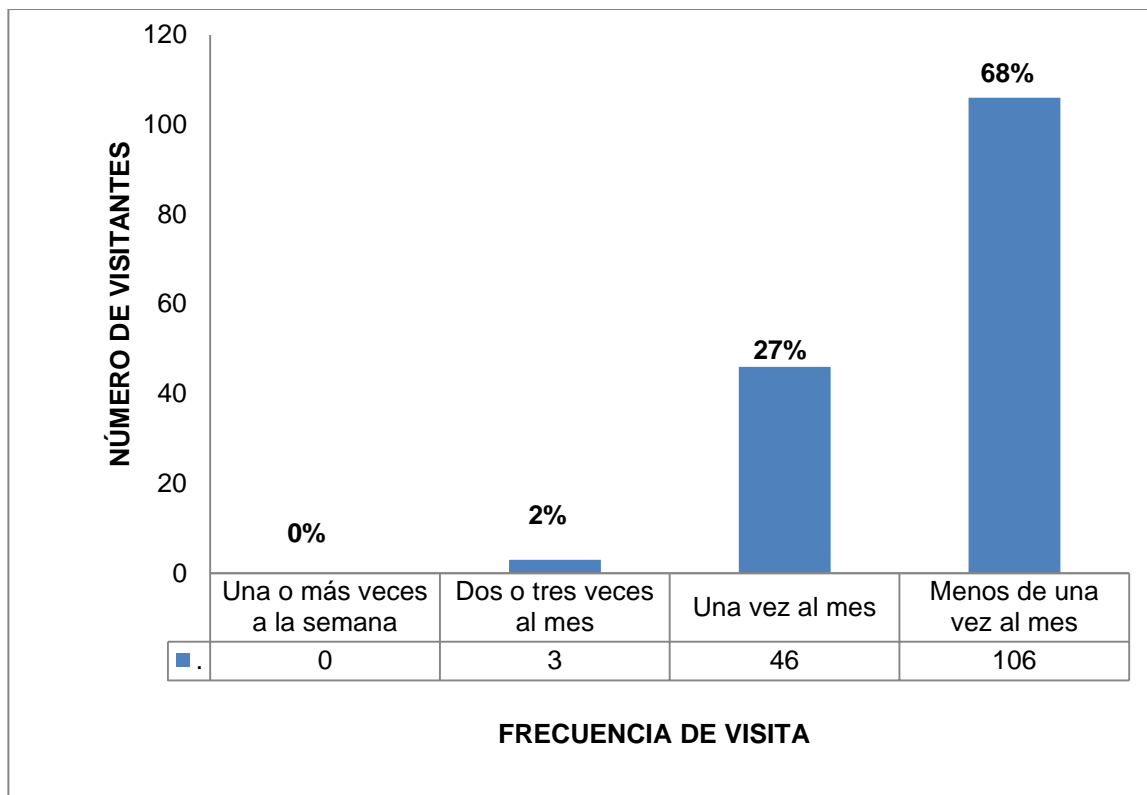


Figura 8: Frecuencia de visita a Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: El canopy es una actividad que escasamente se practica más de dos veces en un mes ya que es fácilmente reemplazable con otras actividades o una vez terminada la experiencia, esta no ofrece nada nuevo a los visitantes como para repetirla, 68% de los encuestados ha manifestado que practica el deporte menos de una vez al mes y un 27% de los mismos indican que lo hacen una vez al mes, aunque esto no puede ser confirmado ya que no existe un registro de ingreso de visitantes. Mediante charla con algunos de los encuestados, estos mencionaban que el canopy es una actividad que se realiza una sola vez en la vida y que las demás actividades que ofrece la empresa, si bien son interesantes, demandan mucho esfuerzo o tiempo y prefieren buscar otras alternativas dentro de la ciudad.

8. Satisfacción general con respecto al servicio utilizado en Cuenca Canopy

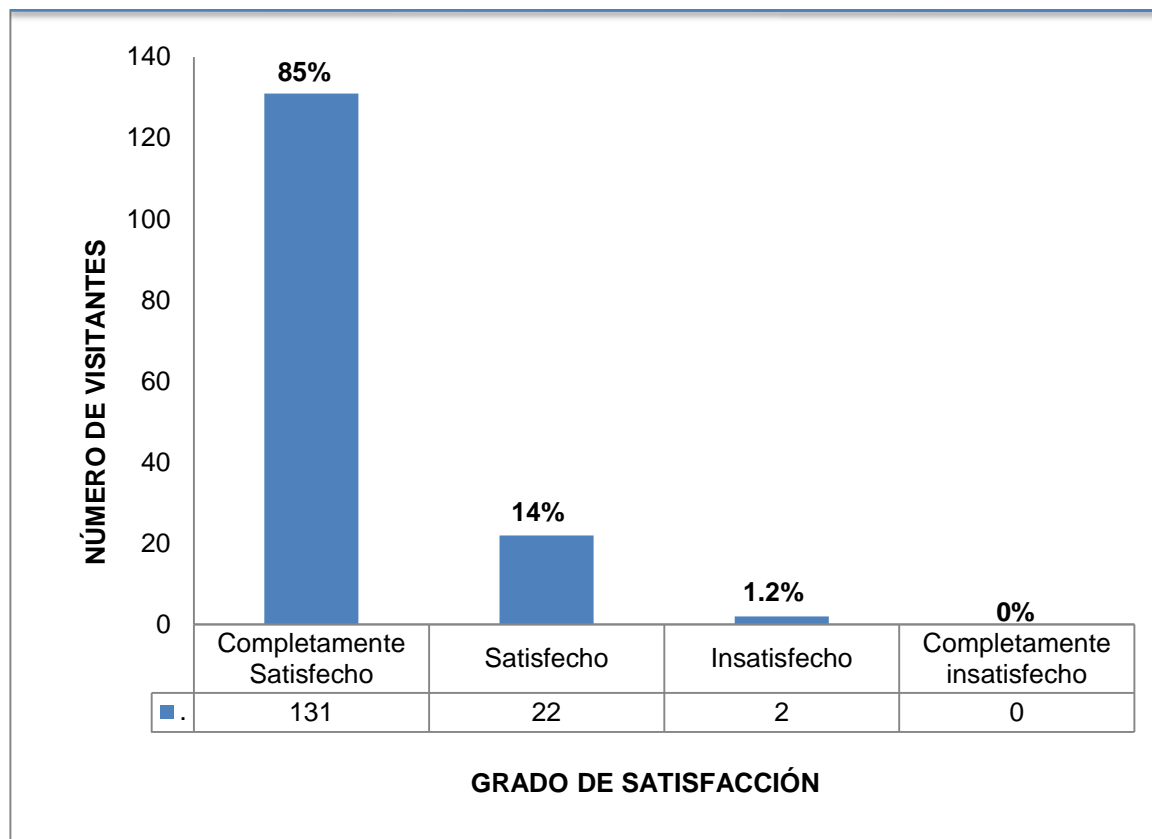


Figura 9: Grado de satisfacción de los encuestados con respecto a los servicios prestados por Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: Cuenca Canopy es una empresa que se preocupa por el bienestar y la satisfacción total de los visitantes tanto en las actividades y servicios que se ofrecen, como en el trato cordial de quienes aquí laboran. Gracias a ello se puede evidenciar que alrededor del 85% de los encuestados se encuentran totalmente satisfechos con el servicio prestado y en el caso de quienes no se encontraban satisfechos, quienes representan el 14% de los encuestados, mencionaran fuera de la encuesta que es debido a la falta de variedad en el restaurante y la escases de actividades para los más pequeños y acompañantes que no practican alguna de las actividades ofrecidas.

9. Probabilidad de retorno a los servicios prestados por Cuenca Canopy

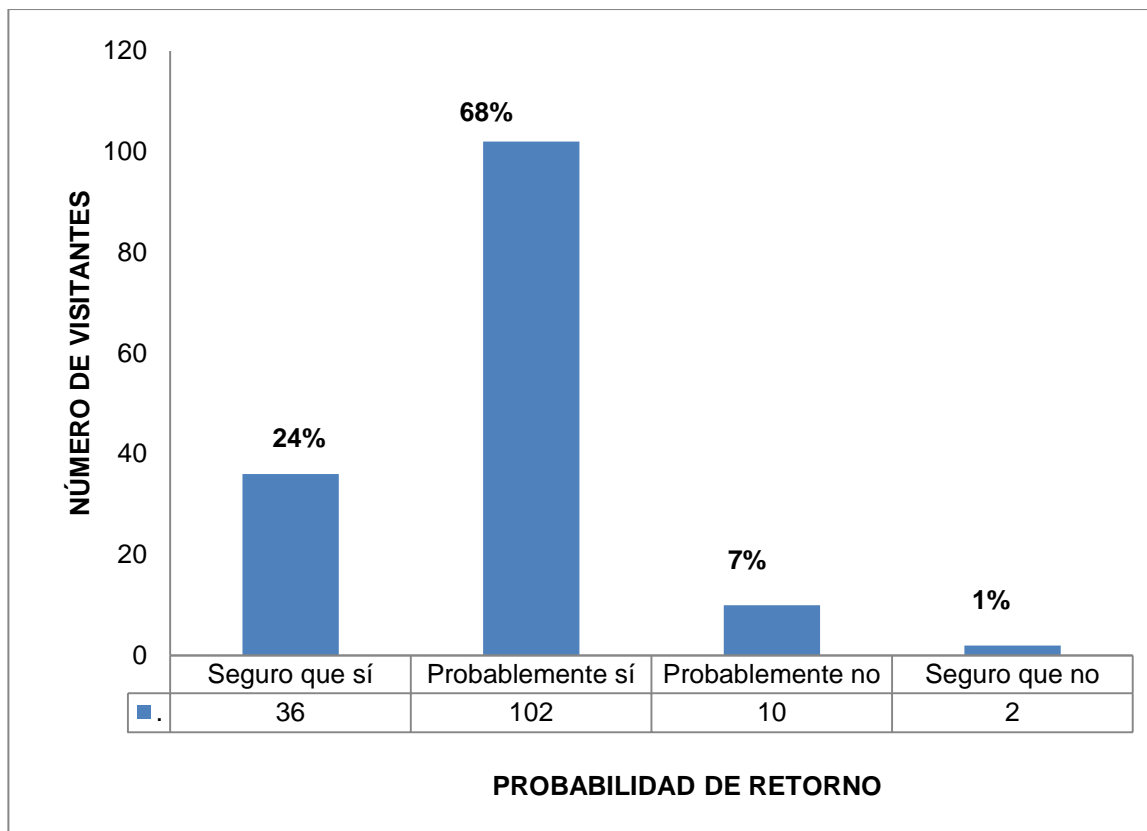


Figura 10: Probabilidad de retorno de encuestados a Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: La mayoría de los encuestados menciona que probablemente si regrese a Cuenca Canopy (68%) lo que no garantiza el retorno de los mismos a las instalaciones, sin embargo, se evidencia que una gran cantidad de los clientes (24%) están seguros de que volverán a hacer uso de los servicios del Canopy ya que van satisfechos con el servicio recibido. Por otro lado, el segmento que menciona que probablemente no volverá a hacer uso de las instalaciones es de un 7% y al igual que las dos personas que mencionaron que no regresarían al Cuenca Canopy son de relevancia para determinar los cambios dentro del mismo ya que son los mismo que no se encontraban satisfechos con las instalaciones por la falta de variedad.

10. Recomendación de los servicios prestados por Cuenca Canopy

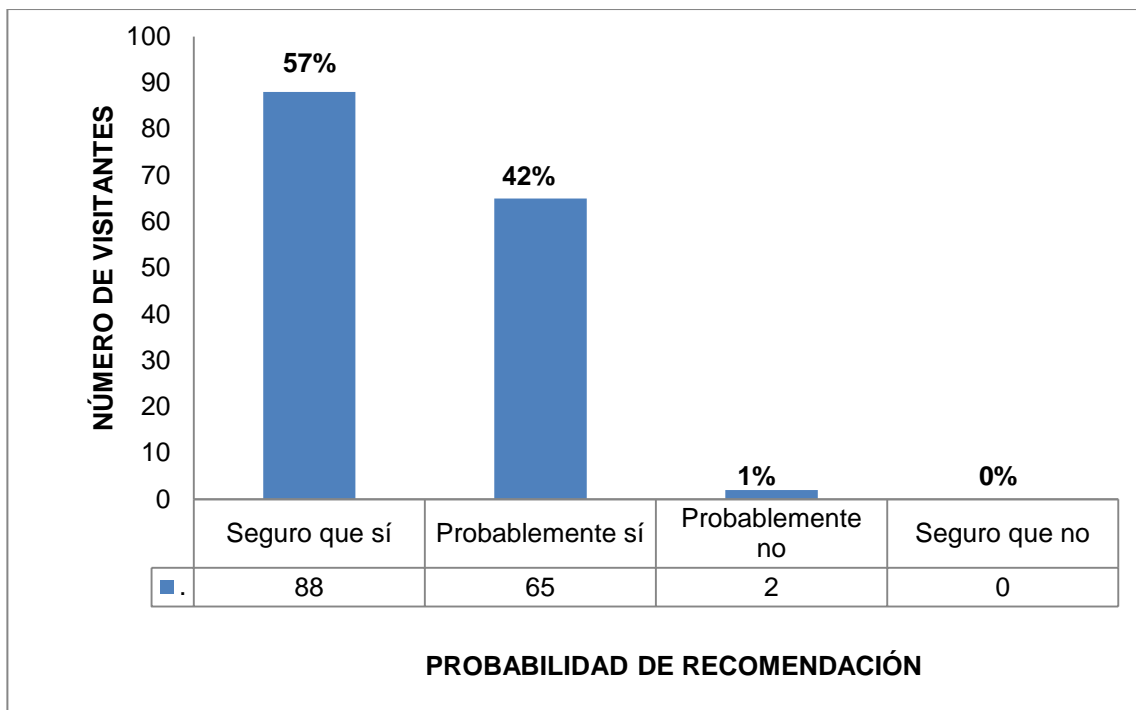


Figura 11: Probabilidad de recomendación de encuestados sobre Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: En base a la encuesta es muy probable que quienes ya visitaron Cuenca Canopy lo recomienden a otros eso muestra la encuesta ya que un 57% dice que Si lo hará y un 42% que probablemente lo hará lo que contribuye a la visita de nuevos clientes a las instalaciones de Cuenca Canopy e impulsa a la mejora de servicios y actividades.

2.4.1.1. Interpretación cruzada de datos obtenidos en la encuesta de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy

El análisis con tablas cruzada permite un mejor manejo y entendimiento de los datos obtenido durante una investigación, en este caso encuesta, interpreta y compara los resultados entre una o más variables en relación con otras. La aplicación de esta técnica ayuda al investigador a examinar a detalle la información que a simple vista, no puede ser clara, obteniendo de esta manera un mejor panorama de aquello que se busca evidenciar (QuestionPro, s.f.).

1. Edad de visitantes acorde al género

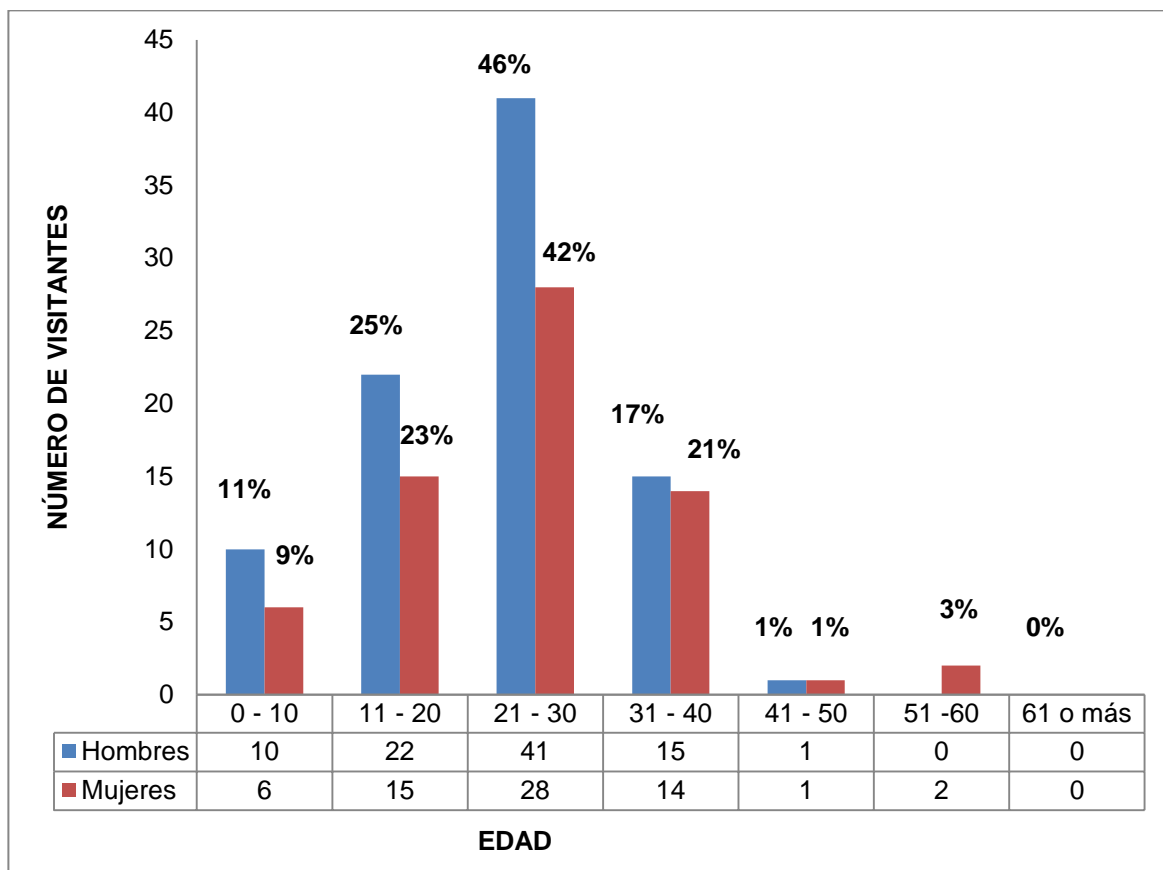


Figura 12: Edad de visitantes acorde al genero

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: En base a la encuesta realizada y con la aplicación de cruce de información entre los datos recolectados con las variables edad y género, se determina en primer lugar que quienes más visitan Cuenca Canopy son hombres, del 100% de encuestados, el 46% de ellos tienen entre 21 y 30 años, seguido por 25% entre los 11 y 20 años. Por otro lado del 100% de mujeres encuestadas el 42% de ellas también corresponde a edades entre los 21 y 30 años, seguido por el 23% entre los 11 y 20 años. Esto determina que los visitantes de Cuenca Canopy en su mayoría son hombres jóvenes entre los 11 y 30 años seguido por mujeres de la misma edad.

2. Satisfacción general con respecto al servicio utilizado en Cuenca Canopy según el género de los visitantes

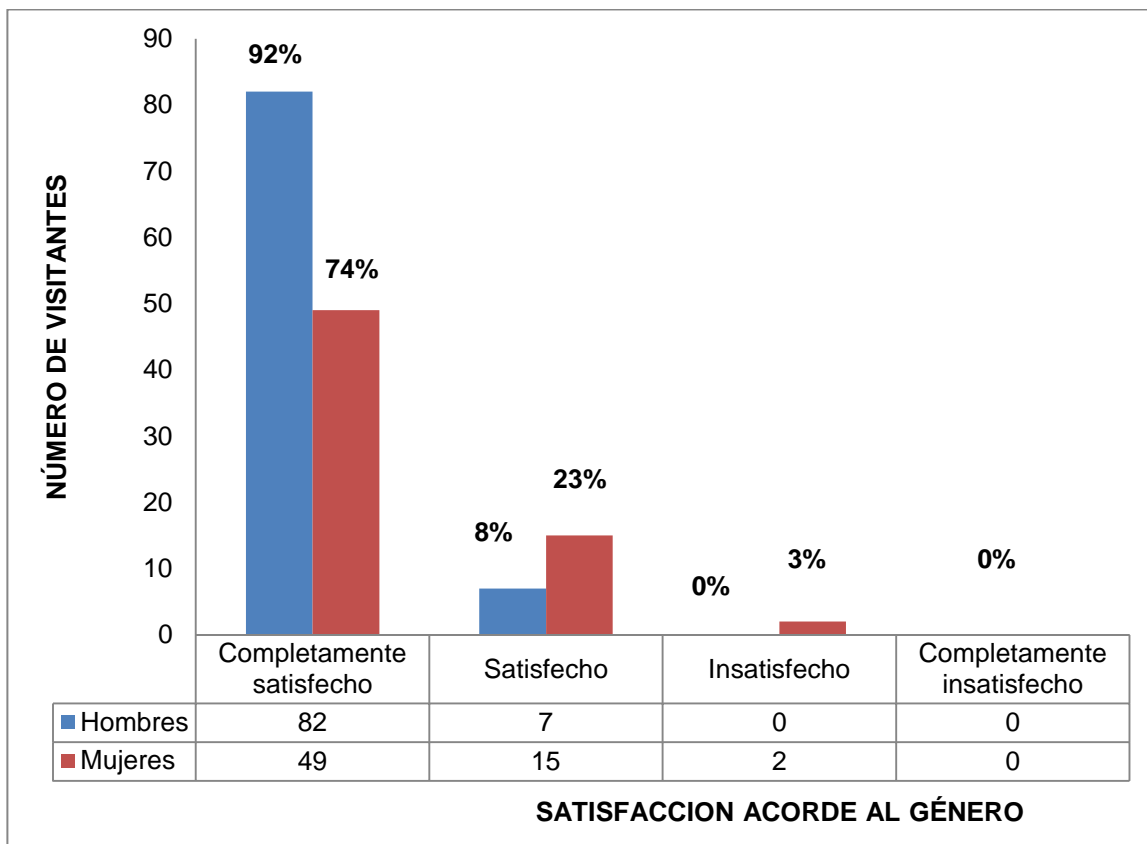


Figura 13: Satisfacción de visitante acorde al género

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: En base a la encuesta realizada y con la aplicación de cruce de información entre los datos recolectados con las variables satisfacción por los servicios utilizados y género, se determina que mayoritariamente son los hombres quienes se sienten completamente satisfechos con el servicio recibido y aunque las mujeres en su mayoría también lo están, del total de encuestadas el 15% menciona que está satisfecha y un 3% que no lo está. Esto determina que el género femenino es aquel que no se encuentra 100% satisfecha con lo que Cuenca Canopy ofrece e indica que se deben determinar ciertas actividades que atraigan a este segmento.

3. Satisfacción general con respecto al servicio utilizado en Cuenca Canopy según la edad de los visitantes

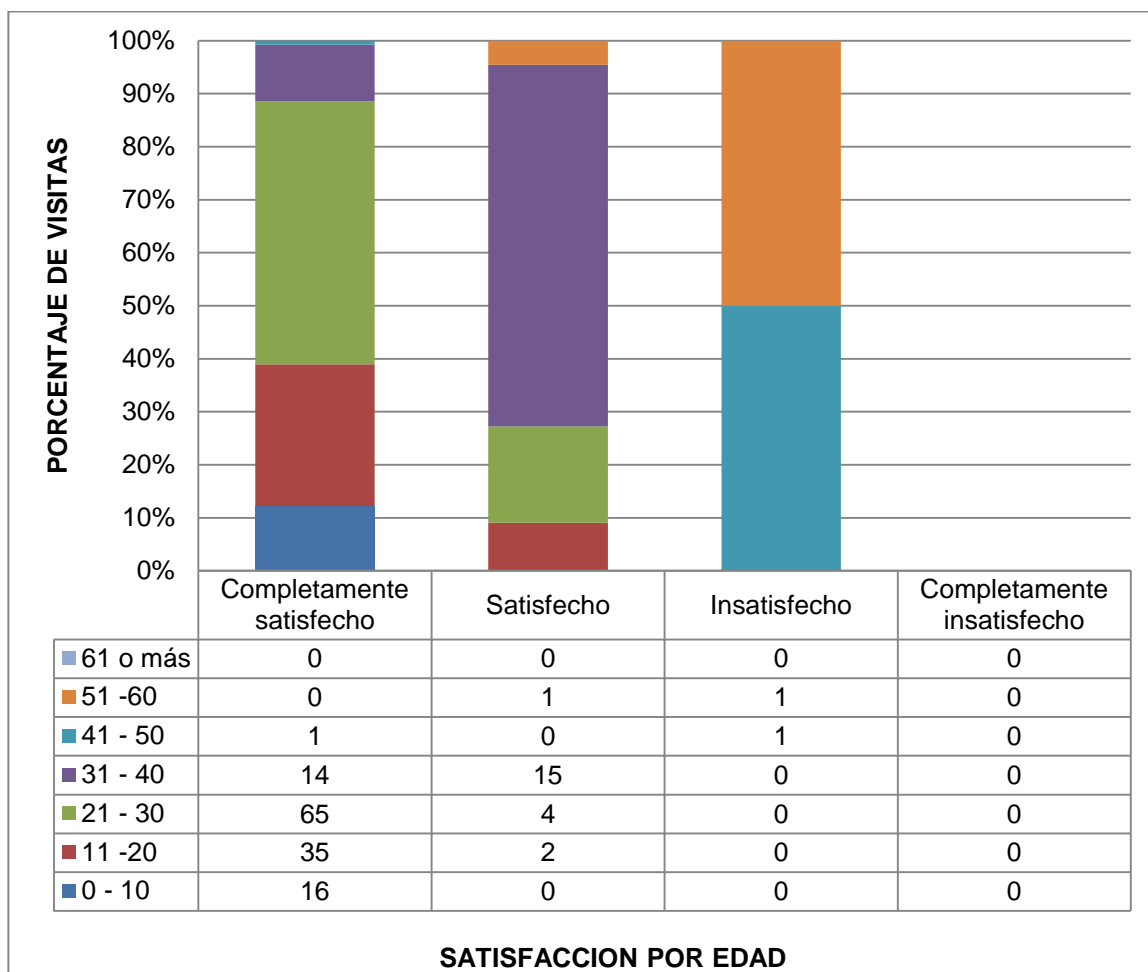


Figura 14: Satisfacción del visitante acorde a la edad

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida durante la encuesta en Cuenca Canopy – Ricaurte.

Interpretación: En base a la encuesta realizada y con la aplicación de cruce de información entre los datos recolectados con las variables satisfacción por los servicios utilizados y edad, se determina que mayoritariamente los visitantes entre 11 y 30 años se encuentran totalmente satisfechos con el servicio ofertado por Cuenca Canopy y las personas mayores (41 – 60 años) que visitaron las instalaciones no se sienten satisfechos con el servicio recibido, quizá porque no han encontrado actividades atractivas para su segmento.



2.4.2. Análisis e interpretación de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy

Dentro de Cuenca Canopy no se ha realizado un análisis de la demanda ni del nivel de satisfacción de la misma con respecto a los servicios prestados y según Narváez y Fernández la importancia del estudio de la demanda responde directamente a la actividad turística entendida como una actividad económica integrada por elementos tales como la satisfacción de necesidades, los gastos que generan los viajes para los turistas, el consumo y demanda turística, el ingreso de recursos, etc. El análisis de la demanda turística direcciona el desarrollo de acciones que mejoren la oferta turística (2010, p. 176).

Las encuestas se han realizado a una muestra de 155 personas, pero fueron respondidas en 45 encuestas debido a que estas fueron realizadas por grupo mas no por cada uno de los visitantes, sin embargo, cada uno manifestó su nivel de interés y satisfacción con respecto a los servicios de Cuenca Canopy.

Los resultados obtenidos de acuerdo al estudio de campo determinaron que las personas que visitan el Cuenca Canopy en su mayoría es un público joven de sexo masculino, sin embargo, el público femenino también está interesado en la práctica de canopy, con una edad entre los 21 y 30 años procedentes principalmente de la ciudad de Cuenca y algunos sectores de Cañar que al igual que la mayoría de los visitantes que llegan al país, buscan actividades de recreación y ocio (Serrano y Villafuerte, 2017).

Los visitantes del Canopy por lo general van en grupos de 3 a 5 en transporte propio, aunque existe un amplio público femenino que gusta de la práctica de canopy al realizar la observación de campo se evidenció que las mujeres que visitan las instalaciones con sus familias permanecen al cuidado de los más pequeños o simplemente deciden permanecer a la espera del regreso de sus familiares.

En su gran mayoría los visitantes y encuestados se han enterado de la existencia del Cuenca Canopy por recomendación de amigos y familiares que han visitado



UNIVERSIDAD DE CUENCA

con anterioridad las instalaciones. Otro de los medios por los cuales se han enterado del Canopy es por medio de Redes Sociales. La Página Web y medios de comunicación como radio y televisión no tienen relevancia entre los visitantes. Al entablar una conversación con algunos de los encuestados, muchos de ellos han manifestado su desconocimiento de la existencia de una página web de la empresa, además de que llegar al destino se convirtió en todo un reto debido a la falta de señalización durante el camino.

La actividad del canopy se practica muy rara vez más de dos veces en un mes ya que es fácilmente reemplazable con otras actividades y el 68% de los encuestados ha manifestado que practica el deporte menos de una vez al mes. Mediante charla con los visitantes mencionaban que esta es una actividad que se realiza una sola vez en la vida y que de repetirla sin dudarlo debería ser en un lugar diferente, esto evidencia la necesidad de una ampliación de la oferta dentro de las instalaciones a fin de hacer que el visitante regrese por diversos motivos.

Al ser esta una empresa dedicada a la prestación del deporte de aventura canopy, esta es la más solicitada dentro de los visitantes con un total del 96% de los encuestados y en menor cantidad la práctica de arborismo ya que es una actividad que requiere de mucho esfuerzo físico y no todos se animan a realizarla o como mencionan los administrativos a mitad de camino abandonan el recorrido. Actividades como camping o el denominado Salto de Tarzán no son muy cotizados por la demanda debido a la falta de espacios adecuados para la práctica de los mismo y la nula promoción que se les da.

En general quienes han visitado Cuenca Canopy y en este caso el grupo de encuestados terminaron sus actividades satisfechos con los servicios que fueron ofertados e incluso mencionan que los recomendaran el lugar, sin embargo no demuestran interés en regresar a la empresa ya que la actividad principal ya fue consumida y no encuentran nuevas cosas que capten su atención, lo que demuestra que Cuenca Canopy necesita buscar nuevas alternativas dentro de sus servicios e innovar en los ya existentes a fin de captar nuevos mercados.



2.5. Propuesta de innovación de servicios

Innovar implica realizar una serie de cambios importantes dentro de una empresa para hacer las cosas diferentes a lo que hace la competencia menciona Anzueto, esta innovación debe ser integral, lo que significa que deberían renovarse, mejorar y e incluso ampliar los productos y servicios, las capacidades de quienes laboran en la institución, la organización y gestión del lugar e incluso la manera en cómo se llega al cliente ya que esto es un impulso hacia el progreso y un mejor posicionamiento en el mercado (2009, p. 5).

Si bien el canopy es el atractivo principal de la empresa esta cuenta con otras actividades atractivas que no están siendo correctamente aprovechadas y en algunos casos están fuera de uso o solo se las utiliza en caso especial, sin embargo su mantenimiento es constante, es en este sentido que se ha desarrollado una serie de ideas que contribuirían a la innovación de estos productos y por otro lado la implementación de nuevas alternativas que ayuden a la captación de nuevos mercados e incluso el pronto retorno de antiguos clientes.

2.5.1. Innovación en servicios y actividades existentes en Cuenca Canopy

Anzueto menciona que innovar un producto ya existente es mucho más económico e incluso seguro que el lanzamiento de uno nuevo ya que el implemento de recursos es menor al aprovechar los previamente existentes y que estas actualizaciones o innovaciones en los mismos deben responder a las tendencias actuales del mercado y la búsqueda de satisfacción de sus necesidades (2009, p. 15-18).

2.5.1.1. Servicio de Alimentación

Cuenca Canopy posee el Restaurante “Taita Ezequiel”, el mismo que en sus inicios surgió como un local de comida típica que ofrecía un variado menú a sus visitantes, entre ellos: Secos, Carne asada, Cuy Asado (bajo reserva), canelazo, etc., con el pasar de los años cambió su menú para actualmente ofertar comida de



UNIVERSIDAD DE CUENCA

rápida preparación como salchipapas, hotdogs, golosinas y bebidas rápidas, reduciendo al mismo tiempo el personal de servicio a dos personas, una para sábado y otra el domingo (Cuesta, 2018).

Al ser parte de la innovación el seguir las tendencias y necesidades del mercado se propone el implemento de alimentos saludables considerando que en Cuenca Canopy lo que se practican es deportes de aventura y conllevan un gran desgaste físico, entre estos alimentos se propone el uso de frutas, vegetales y cereales que fácilmente podrían ser sembrados dentro de las instalaciones a fin de utilizar más óptimamente el espacio existente, al mismo tiempo de relacionarse con la propuesta de educación ambiental de la cual se hablará más adelante.

Por otro lado, se propone la reutilización de la chimenea existente y sala de uso múltiple con la colocación de sistema de karaoke, utilizando el televisor que la empresa posee, de tal manera que quienes no practiquen deportes puedan relajarse en estos espacios, al calor de un fuego acogedor, diversión entre amigos, música y una deliciosa bebida.

2.5.1.2. Servicio de Guianza

La guianza o acompañamiento que realizan los instructores dentro del canopy a cada uno de los visitantes es muy importante ya que esta garantiza un mejor disfrute de las actividades que se realizan y son parte fundamental del retorno del cliente o que a su vez este recomiende a otros la visita a las instalaciones (UNTWO, 2005).

Si bien los guías o instructores de Cuenca Canopy cuentan con años de experiencia en el trabajo que han venido desempeñando, al ofertarse una propuesta de Ecoturismo o educación ambiental (Revisar punto 2.5.2.2) es importante una capacitación formal en estas actividades, además de técnicas básicas de manejo de grupos, conservación de flora y fauna, senderismo, ecoturismo, entre otros, mismo que se puede gestionar con la Universidad de Cuenca u otras instituciones a fin de tener personal de calidad, con herramientas necesarias para el correcto desarrollo de cada una de las actividades propuestas.



2.5.1.3. Arborismo

El circuito de arborismo consiste en un recorrido compuesto de obstáculos a base de cuerdas y madera, suspendidos en el aire entre los árboles el cual se divide en diferentes etapas que ponen a prueba la destreza y el estado físico del visitante, en cada una de las pruebas y plataformas la persona usa arnés, casco, guantes y se sujeta a una línea de vida que garantiza su seguridad (Cuenca Canopy, 2009). Esta actividad es poco solicitada por los visitantes debido a su grado de dificultad y lo cansada que puede resultar, para ello lo que se propone es la creación de un desafío o concurso entre los grupos de amigos.

La RAE define un desafío como la acción y efecto de desafiar, un verbo que hace referencia a competir, retar o provocar a alguien. Un desafío puede ser, por lo tanto, una competencia donde una rivalidad queda en manifiesto. En este sentido se impulsa el interés por la práctica de este deporte y al mismo tiempo el sano disfrute entre amigos. El desafío consistirá en lo siguiente:

Ficha 1

Propuesta de innovación, actividad Arborismo

Nombre	El rey/reina del Bosque
Objetivo	Recorrer el circuito de arborismo en el menor tiempo posible
Descripción	Los participantes mediante la colocación de su arnés e implementos de seguridad recorrerán el circuito de obstáculos suspendidos en medio del bosque en el menor tiempo posible, esto se convierte en un verdadero reto ya que es un sistema de obstáculos muy exigente, aunque entretenido. El o la participante que complete la pista en menor tiempo será acreedor de un título de “Rey o Reina del Bosque” con su respectiva corona y a su vez una bebida energizante por su buen desempeño y actitud.
Observaciones	Los participantes tendrán una diferencia de 5 minutos entre cada uno, con ello se evitará que se lastimen entre ellos al tratar



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	<p>de rebasar o algún problema de colapso por parte de las cuerdas que, si bien están en perfectas condiciones, esto no garantiza que soporten el peso de muchas personas a la vez.</p> <p>Esta es una propuesta que puede ser aplicada para grupos de todas las edades y en diversas distancias, incluso es una propuesta que se puede relacionar con la propuesta de Aventura Trail (revisar punto 2.5.2.1) y aumentar la emoción de las actividades ofertadas.</p>
--	---

Nota: Elaboración propia en base a la información de carencia de procesos

2.5.1.4. Camping

Esta actividad consiste en pernoctar al aire libre mediante el uso de carpas o tiendas de acampar, se realiza en compañía del personal de guías del Canopy, aunque existe mucho terreno, el espacio destinado para esta actividad se encuentra a un lado de las canchas de cemento lo que reduce en cierta parte la emoción de un campamento y rompe un poco el esquema original de esta actividad (Cuenca Canopy, 2009).

Por lo general los campamentos son realizados en espacios naturales que permitan la armonización con la misma y en el caso del Cuenca Canopy esto no es algo que sucede por lo que en primer lugar se propone la reubicación de la zona de camping a una más adentrada en el bosque ya que el terreno que le pertenece a la institución es amplio y a su vez se pueden implementar actividades como caminatas, juegos, yincanas, etc., que permitan que esta actividad no quede destinada únicamente para los grupos scout sino que sea Cuenca Canopy quien ofrezca un servicio completo en cuanto a camping.

Como un incentivo para esta actividad se ha desarrollado una propuesta de campamento educativo que fácilmente puede combinarse con las demás planteadas en este documento.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ficha 2

Propuesta de innovación, actividad Camping

Nombre	Campamento Educativo “Caminando juntos”
Destinatarios	Estudiantes y docentes de escuelas, colegios y universidades
Objetivo	Despertar en los campistas, desde un ambiente distinto al cotidiano el refuerzo de sus capacidades personales, el trabajo en equipo, cooperación y protagonismo, a la vez sea fuente motivadora para su participación en las actividades de su institución.
Descripción	El desarrollo de campamentos educativos permitirá en docentes y alumnos poner en práctica e incrementar los saberes adquiridos en las asignaturas impartidas en las aulas de clase, participar en actividades al aire libre, creciendo en la convivencia con sus compañeros, descubriendo posibilidades, límites y responsabilidades en su entorno. Este tipo de campamento que se propone a su vez ayudará a promover en los niños, niñas y jóvenes la vivencia de valores, hábitos y actitudes positivas que contribuyan a una correcta conciencia ambiental y la difusión posterior de estos saberes.
Actividades	Caminatas, juegos cooperativos, caminatas nocturnas, cantos, dinámicas, manualidades, talleres relacionados con cuidado ambiental, noche de cuentos y fogata, buzón de la amistad, yincanas, búsqueda del tesoro, etc.
Observaciones	Este tipo de campamentos puede acoplar su temática a las necesidades de cada institución educativa o grupo que los solicite al mismo tiempo que puede ser destinado a grupos empresariales que deseen afianzar las relaciones dentro de su personal institucional.

Nota: Elaboración propia en base a la información de carencia de procesos



Este tipo de propuestas fomentan el desarrollo de actividades al aire libre y le dan a Cuenca Canopy una opción más atractiva para mostrar al público además de un sentido más profundo de lo que es la actividad de camping, por otro, lado es una actividad que fácilmente puede mutar acoplándose a las necesidades del mercado, como pasar de un campamento educativo a uno de verano, aprovechando la variación de los visitantes y segmentos a lo largo de las diversas temporadas.

2.5.2. Innovación en nuevos servicios y actividades en Cuenca Canopy

La incorporación de nuevos servicios y actividades podría considerarse un riesgo en base a que se desconoce el nivel de aceptación que estos tengan en el mercado y su permanencia en el tiempo sin embargo se ven como una necesidad para el desarrollo y progreso de una empresa y quizá como una alternativa para la captación de nuevos públicos o el retorno de clientes anteriores.

En este sentido se plantean una serie de opciones para la innovación en nuevas actividades en Cuenca Canopy que contribuyan al refuerzo de las actividades ya existentes y por otro lado ayude a un mejor uso de los espacios que esta posee.

2.5.2.1. Senderismo interpretativo

El senderismo interpretativo es tipo de senderismo que da mayor importancia al conocimiento de lo más relevante de un recorrido o sendero en diferentes áreas como flora, fauna, paisaje, geología, historia, arqueología, de forma que la actividad del senderista resulta más completa y satisfactoria, más allá de la actividad deportiva. En esta modalidad de senderismo, la actividad deportiva, que no deja de ser importante, pasa a un segundo plano para dar mayor importancia al conocimiento y observación de la ruta (Fran, 2018).

Al contar con zonas de bosque se propone la creación de un sendero que contenga una serie de carteles informativos sobre las especies de flora y fauna que en la zona pudiesen existir de tal manera que esta ruta pudiese ser recorrida sin la necesidad de guías y el público visitante de Cuenca Canopy pueda



UNIVERSIDAD DE CUENCA

adentrarse más al espacio natural de la empresa y además este pueda ser utilizado en los procesos de camping, educación ambiental e incluso futuros eventos deportivos a los que la empresa pudiese abrir sus puertas.

Esta propuesta responde a la necesidad de crear espacios en los cuales aquellas personas que no realizan deportes de aventura y que muchas veces únicamente acompañan a sus familias, también puedan tener un encuentro más cercano con la naturaleza y disfruten de los espacios que Cuenca Canopy tiene para ofrecerles. Al ser senderos sencillos poseen un grado de dificultad mínimo lo que lo convierte en un recorrido ideal para personas de todas las edades, convirtiendo a la empresa en un espacio mucho más familiar.

Ficha 3

Propuesta de innovación, actividad Senderismo Interpretativo

Nombre	Sendero “Chaskis”
Destinatarios	Estudiantes y docentes de escuelas, colegios y universidades
Objetivo	Despertar en los visitantes el interés por la naturaleza y la tradición Andina.
Descripción	<p>La palabra Chaski proviene del quichua “caminante” o “mensajero”, lo que se propone es el diseño de un sendero a lo largo de todo el espacio que comprende el complejo de Cuenca Canopy en el cual los visitantes a parte de practicar deportes extremos también puedan disfrutar de un contacto con la naturaleza más profundo, al mismo tiempo que se encuentra relacionado con las dos propuestas que se mostraran en los puntos continuos al presente.</p> <p>Al contar con un sendero establecido se puede optar por el uso y manejo de leyendas e historias que son ampliamente contadas por los moradores de la parroquia Ricaurte y es un aporte para el desarrollo de las actividades nocturnas dentro de la actividad</p>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

	de camping que se menciona en el punto 2.5.1.3 del presente documento.
Actividades	Caminatas, juegos cooperativos, caminatas nocturnas, dinámicas, yincanas, búsqueda del tesoro, etc.
Observaciones	Dentro del sendero se pueden colocar una serie de carteles informativos sobre diversos aspectos de las especies que se encuentren en el Canopy o a su vez de las leyendas que se cuentan por lo moradores de Ricaurte con la finalidad de que quienes accedan a los senderos por su propia cuenta también estén informados y entiendan el objetivo del mismo.

Nota: Elaboración propia en base a la información de carencia de procesos

2.5.2.2. Educación Ambiental

La educación ambiental responde como una actividad que conduce al ser humano a un contacto más profundo con su ambiente, lo relaciona con su entorno y busca un cambio de actitud, una toma de conciencia sobre la importancia de la conservación de recursos para el futuro. La adopción de una actitud consciente ante el medio que nos rodea y del cual somos parte depende en gran medida de la enseñanza que las personas reciban y es en este sentido que se realiza una propuesta de educación ambiental que involucre en gran medida a niños, niñas, jóvenes y adolescentes de la ciudad, sin descuidar a aquellos visitantes que deseen conocer más sobre este proceso dentro de los espacios de Cuenca Canopy (Frers, 2010).

En puntos anteriores de las propuestas de innovación se han planteado una serie de actividades que pueden ser usadas para este fin como son los campamentos, el reto de arborismo, el sendero planteado, incluso el mismo canopy. La idea de implementación de educación ambiental dentro de las instalaciones surge como una forma de responsabilidad dentro de la empresa, aportando con herramientas que contribuyan a la concientización ambiental.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Ficha 4

Propuesta de innovación, Programa de Educación ambiental

Nombre	Programa de Educación Ambiental “CC_Pacha”
Destinatarios	Estudiantes y docentes de escuelas, colegios y universidades
Objetivo	Despertar en los visitantes el interés por la naturaleza y maneras de cuidarlas a través de actividades lúdicas, además de general conciencia sobre los mismos.
Descripción	<p>“CC_Pacha” o “Cuenca Canopy_Naturaleza” es una propuesta que busca general conciencia ambiental a los visitantes sobre el manejo de espacios, el cuidado de la naturaleza, el compromiso con la flora y fauna que rodea las instalaciones y fuera de ella, a través de actividades divertidas e interesantes que pondrán a funcionar el cuerpo, mente y alma de los participantes.</p> <p>Al contar con un sendero establecido se puede optar por el uso de juegos, charlas y dinámicas, además de la combinación con las actividades anteriormente propuestas a fin de hacer de esta una propuesta ajustable a las necesidades de cada grupo.</p> <p>Es importante mencionar que no es solo una actividad dirigida a jóvenes, la educación ambiental es una herramienta que permite la concientización social por lo que los visitantes pueden solicitar este servicio a los guías.</p>
Actividades	Caminatas, juegos cooperativos, caminatas nocturnas, dinámicas, yincanas, búsqueda del tesoro, etc.
Observaciones	Dentro del sendero se pueden colocar una serie de carteles informativos sobre diversos aspectos de las especies que se encuentren en el Canopy con la finalidad de que quienes accedan a los senderos por su propia cuenta también estén informados y entiendan el objetivo del mismo.

Nota: Elaboración propia en base a la información de carencia de procesos



CAPÍTULO 3: ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN BASE A LOS SERVICIOS ACTUALIZADOS

3.1. Propuesta de actualización de página web y redes sociales

No sacar provecho a la web y las redes sociales para el desarrollo de un negocio supone una pérdida total de oportunidades ya que en estos días se han convertido en una de las principales fuentes de transmisión de información alrededor del mundo entero. Las redes sociales son parte de una red integral para generar oportunidades de clientes, se debe generar contenido de valor relacionado con las necesidades del cliente, para que después de visitar nuestra web salga fortalecido para afrontar la misma (Fran,2018).

La presencia en línea es vital para una pequeña empresa pues es un campo muy competitivo, donde las empresas que ya cuentan con un sitio web están abarcando mercados potenciales por lo que es muy importante mantener el profesionalismo y creatividad al momento de manejar redes sociales y páginas web de un negocio.

Durante los últimos diez años el manejo de estas herramientas por parte de Cuenca Canopy ha sido de bajo interés ya que se consideraba una época de poca acogida de estos medios de comunicación, optándose por el uso de material escrito, sin embargo, al ser hoy otra la realidad del mercado se ha dejado de lado el método tradicional de transmisión de información (flyers, folletos, afiches, etc.) y se ha visto necesario el trabajo en publicidad online.

Frente a esta necesidad en los últimos meses la empresa por recomendación de la tesista durante las primeras reuniones con los administrativos, se ha preocupado por el trabajo en la página web y redes sociales de la empresa, renovando varios aspectos que necesitaban atención como: galería, iconos de contacto seguro, mapa actualizado de la zona, publicaciones constantes sobre actividades en Cuenca Canopy y promociones por fechas importantes.

En vista de que las redes sociales y pagina web han tomado el rumbo correcto antes de la finalización de la presente propuesta se ha optado por entregar una



serie de recomendación con respecto al mantenimiento y mejora constante de las mismas ya que de eso dependerá el éxito de los cambios que están siendo realizados además de prevalencia en el tiempo dentro de la web ya que como se menciona en varios blogs sobre manejo de redes, puede decir que la empresa que no aparece en Internet no existe.

3.1.1. Recomendaciones para el mantenimiento de página web y redes sociales de Cuenca Canopy.

Las redes sociales son parte de una red integral para generar oportunidades en el mercado y obtener clientes potenciales por lo que no solo es necesario preocuparse por ella al momento de crearla por vez primero sino por su mantenimiento con el pasar del tiempo de tal manera que su constante actualización permita al usuario mantenerse unido a la empresa a través de la web y así conocer de primera mano todo aquello que le gustaría conocer sobre la misma (Fran, 2018).

Cuenca Canopy a partir del mes de octubre que realizó su cambio de administración y gracias a las recomendaciones de cambio y mejora propuestas al anterior personal a cargo, ha realizado una serie de cambios en la página web y las redes sociales de la empresa renovando varios aspectos que necesitaban atención como: galería, iconos de contacto seguro, mapa actualizado de la zona, publicaciones constantes sobre actividades en Cuenca Canopy y promociones por fechas importantes.

A pesar de que se han dado ciertos cambios en cuanto a la página web, se recomienda a la administración una renovación de imagen y esto debido a que con el pasar del tiempo el interés de los usuarios es diferente y busca cosas más atractivas, el producto entra por los ojos, mencionan muchos expertos y en línea encontramos muchos portales que nos permiten la creación de páginas y son de fácil acceso.

Frente a estos cambios se recomienda:



UNIVERSIDAD DE CUENCA

1. Renovación de imagen de página web.

Para la propuesta de renovación de página web se ha utilizado la plataforma virtual Webnode.ec que ofrece una serie de plantillas y facilidades para la edición de páginas web, por otro lado esto permite a quienes manejen la página realizar ediciones constantes sin restricciones de uso.



Imagen 1: Propuesta de renovación de imagen para página web de Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en plantilla de <https://www.webnode.ec/>

2. Actualización constante de la galería mediante la publicación de fotos y videos que permitan al usuario evidenciar la experiencia en Cuenca Canopy.

En redes sociales es muy importante la venta de experiencias a través de imágenes ya que así es más fácil que la información llegue al usuario ya que este, en la mayoría de los casos se deja llevar por lo que ve o escucha sobre un producto o servicio, es así que la publicación constante de material fotográfico y audiovisual evidencia sobre quienes disfrutaron de las instalaciones y sus atractivas actividades ayudará en gran medida a cambiar la visión del usuario con respecto a lo que se realiza en Cuenca Canopy, impulsándolo a adquirir la experiencia.



Imagen 2: Experiencias en Cuenca Canopy

Nota: Fotografías tomadas durante la visita de Estudiantes a Cuenca Canopy, información obtenida de la página de facebook oficial de Cuenca Canopy. <https://www.facebook.com/Cuenca-Canopy>

3. Publicaciones frecuentes de eventos y actividades realizadas dentro de la empresa

Es importante que una empresa realice diversas actividades que permitan dar a conocer sus instalaciones y lo que dentro de ella se realiza, Cuenca Canopy en años anteriores había dado apertura a diversos eventos como: campeonatos de indor, expo ferias de deportes extremos, fiestas de cumpleaños, alquiler de instalaciones para eventos familiares, entre otras, actividades que se planean retomar con la nueva administración. Al ser eventos que dan realce a la empresa sus espacios, se recomienda evidenciar mediante diversas publicaciones y material audiovisual como se están llevando a cabo cada una de estas actividades.



Imagen 3: Eventos celebrados en Cuenca Canopy

Nota: Imagen de post de Primera Feria de deportes extremos realizada en año 2017 (izquierda), Fotografía de fiesta de cumpleaños celebrada en el año 2018 (derecha). Información proporcionada por Cuesta (2019) y pagina oficial de facebook <https://www.facebook.com/Cuenca-Canopy>

4. *Publicaciones de promociones y/o descuentos ofertados por Cuenca Canopy para fechas especiales como: Fiestas de la ciudad, feriados, días especiales (madre, padre, niño, amor y amistad, medio ambiente, agua árbol, etc.), cumpleaños, aniversarios, entre otros.*

Las promociones nos permiten captar nuevos clientes, fidelizar a los existentes y aumentar la imagen de la empresa, son importantes porque atraen la atención del consumidor, incrementa las ventas e impulsa la compra en el momento decisivo (Perú Retail, 2016).

Cuenca Canopy puede aprovechar cada una de las fechas importantes con las que cuenta la ciudad, el país y el mundo en general para realizar interesantes promociones y descuentos.



Imagen 4: Descuentos y promociones en Cuenca Canopy

Nota: información obtenida de la página de facebook oficial de Cuenca Canopy.
<https://www.facebook.com/Cuenca-Canopy>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Otras recomendaciones que la empresa puede utilizar para el mantenimiento de sus redes sociales y pagina web son:

- Vender historias y experiencias a través de fotografías y videos con comentarios y sentimientos de quienes han visitado las instalaciones.
- Uso de hashtags (#) novedosos e interesantes para atraer al público a seguir las publicaciones de la empresa.
- Anuncios en innovación de productos y servicios dentro de la empresa tales como los que se proponen en el presente documento (Revisar punto 3.1.2.).

Tener una página web atractiva, no sólo es cuestión de requerir los servicios del área de diseño web. Una página atractiva la generan diversos elementos, pero en realidad el más importante es la información que se ofrece a los visitantes y la actualización constante de la misma. Los contenidos cumplen la labor de hacer que las personas que visitan la página o las redes sociales de la empresa, se sientan atraídas, interesadas e identificadas con la misma, esto permitirá a Cuenca Canopy u otra empresa generar más visitas.

3.1.2. Publicaciones de innovación de servicios y actividades en redes sociales

La manera en cómo las empresas interactúan con sus clientes ha tenido un cambio significativo desde la aparición de las redes sociales lo que ha permitido una mejor y más rápida comunicación, siendo esta más directa. A esto se le suma el costo mucho menor de utilizar las redes sociales para anunciar, que hacerlo por medios tradicionales como la radio y la televisión (Castro, 2018).

Cuenca Canopy ha optado por el uso de redes sociales muy populares como Facebook, Instagram y YouTube, dentro de las cuales ofrecen información sobre sus servicios y muestran al público las experiencias de quienes ya han visitado sus instalaciones, aunque como en el caso de la página web estos no se encuentran actualizados.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

La red social Facebook desde su aparición en el mercado en el año 2006 ha captado una gran cantidad de usuarios y entre ellos el interés de muchas empresas que utilizan la misma para promocionar sus productos y servicios. Una imagen vale más que mil palabras en Facebook. Las fotos multiplican el interés de cualquier publicación, generan más interacción y hacen que el usuario haga click en ellas, son esenciales para crear imagen de marca y ser reconocido más fácilmente en el mercado además de que al cerebro le resulta mucho más sencillo procesar fotos que letras.

Facebook es la plataforma en la cual lo más importante no es contarla si no enseñarlo. Algunos estudios de marketing han comprobado el enorme impacto que tienen las imágenes en esta plataforma. Los posts que van acompañados de imágenes reciben un 53% más de likes, un 104% más de comentarios y hasta un 84% más de clicks en sus enlaces (Montells, 2016).

Por otro lado, redes sociales como Instagram, que nació en 2010 que es usada para subir fotos y vídeos de corta duración y cuenta con más de 100 millones de usuarios a nivel mundial, han demostrado ser una de las herramientas más poderosas cuando se trata de potenciar una estrategia de marketing visual en las redes sociales. Con el uso de imágenes en un mundo en el cual “una imagen vale más que mil palabras”, ha permitido a los negocios entender que la instantaneidad de esta red puede hacer mucho por su marca.

En Instagram, los usuarios buscan nuevo contenido de otros usuarios, a los que no tienen por qué estar directamente conectados. En esta red social realmente fácil que los usuarios descubran nuevas fotos, nuevas cuentas y, por supuesto, nuevas marcas. La promoción de los productos es impulsada por la capacidad de aceptación que posee la red social Instagram en el mercado, aquí el uso de hashtags (El símbolo de hashtag (#) sirve para etiquetar nuestras publicaciones, si se pulsa un hashtag saldrá todas las publicaciones que han sido etiquetado con el mismo) adecuados, son la mejor estrategia para aumentar la demanda y visitas deseadas (Iglesias, 2016).

Al notar la importancia e impacto que tiene este tipo de publicaciones dentro de la promoción en Facebook e Instagram se ha diseñado una serie de carteles que pueden ser utilizados para mostrar la innovación en los servicios y de esta manera cumplir con el cometido de atraer a nuevos clientes y aumentar el interés de los mismos hacia la empresa.

3.1.2.1. Servicio de alimentación

En la imagen N° 1 se presenta una post o cartel para ser publicado en redes sociales para dar a conocer la innovación en cuanto a menú dentro del Restaurante “Taita Ezequiel de Cuenca Canopy” mediante el uso de productos saludables y agroecológicos cosechados en parte de su nueva huerta orgánica.



Imagen 5: Post de innovación de servicio de alimentación en Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en plantilla de <https://www.canva.com>

3.1.2.2. Arborismo

En la imagen N° 2 se presenta una post o cartel para ser publicado en redes sociales para dar a conocer la innovación en cuanto a la actividad de arborismo y el nuevo reto diseñado para la misma denominado “El rey/reina del bosque” que consiste en que los participantes mediante la colocación de su arnés e implementos de seguridad recorrerán el circuito de obstáculos suspendidos en medio del bosque en el menor tiempo posible, mismo que será cronometrado y quien lo logre será acreedor de un título de “Rey o Reina del Bosque” con su respectiva corona y a su vez una bebida energizante por su buen desempeño y actitud.



Imagen 6: Post de innovación de actividad de arborismo en Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en plantilla de <https://www.canva.com>

3.1.2.3. Camping

En la imagen N° 3 se presenta una post o cartel para ser publicado en redes sociales para dar a conocer la innovación en cuanto a la actividad de camping con una propuesta de Campamento educativo dirigido para niños, niñas y adolescentes que busca despertar en los campistas, desde un ambiente distinto al cotidiano el refuerzo de sus capacidades personales, el trabajo en equipo, cooperación y protagonismo, a la vez sea fuente motivadora para su participación en las actividades de su institución.



Imagen 7: Post de innovación de actividad de camping en Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en plantilla de <https://www.canva.com>

3.1.2.4. Senderismo Interpretativo

En la imagen N° 4 se presenta una post o cartel para ser publicado en redes sociales para dar a conocer la innovación en cuanto a la actividad de camping con una propuesta de Senderismo Interpretativo el cual es un tipo de senderismo que da mayor importancia al conocimiento de lo más relevante de un recorrido o sendero en diferentes áreas como flora, fauna, paisaje, geología, historia, arqueología, de forma que la actividad del senderista resulta más completa y satisfactoria, más allá de la actividad deportiva para lo cual se ha propuesto del diseño del Sendero “Los Chaskis”.



Imagen 8: Post de innovación de actividad de senderismo en Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en plantilla de <https://www.canva.com>

3.1.2.5. Programa de educación ambiental

En la imagen N° 5 se presenta una post o cartel para ser publicado en redes sociales para dar a conocer la innovación en cuanto a la actividad de educación ambiental con su programa denominado “CC_Pacha” o “Cuenca Canopy_Naturaleza” mismo que busca general conciencia ambiental a los presentes sobre el espacio en el cual se realizan las diversas actividades de la empresa a través de actividades divertidas e interesantes y al contar con un sendero establecido se puede optar por el uso de juegos, charlas y dinámicas, además de la combinación con las actividades anteriormente propuestas a fin de hacer de esta una propuesta ajustable a las necesidades de cada grupo..



Imagen 9: Post de innovación de actividad de educación ambiental en Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en plantilla de <https://www.canva.com>



3.2. Propuesta de señalización externa e interna

El Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) con la finalidad de facilitar la información de la ubicación de los sitios de atracción turística y la mejora de los servicios que se ofrecen ha diseñado el Manual de señalización turística en el cual se basará la presente propuesta para lograr que Cuenca Canopy se encuentre mucho más comprometido con lo establecido en la ley.

La señalización turística estudia las relaciones funcionales entre los signos de orientación en el espacio y el comportamiento de los individuos, sirve para orientar el flujo de las personas en un espacio determinado, e informar, identificar y regular de los servicios disponibles, para una mejor y más rápida accesibilidad a ellos, y para una mayor seguridad en los desplazamientos y acciones (MINTUR, 2011).

La importancia de la señalización turística radica en proteger el medio ambiente, facilitar al turista el acceso a destinos de gran interés turístico cercanos a la carretera mediante un sistema de señalización homogéneo y que se pueda reconocer fácilmente. Al contar con una señalización efectiva y uniforme el visitante o turista tendrá más facilidades para interpretar cualquier tipo de información ya sea de interés vial o turístico (Pascual, 2016).

3.2.1. Flechas y letreros de direccionamiento

El Manual de señalización turística establecido por el MINTUR clasifica a los letreros y flechas de direccionamiento dentro de las Señales turísticas de aproximación o informativas de destino, estas cumplen la función de direccionar o guiar al visitante hacia su destino. Pueden ser rectangulares o flechas y miden 2,40 m x 0,60 m para los dos modelos que se presentan, por lo general son colocados de tal manera que permitan al turista encontrar el destino fácilmente (MINTUR, 2011).

En el caso de Cuenca Canopy se ha identificado una deficiencia en cuanto a señal turística de aproximación ya que a lo largo de los 10 Km que separan al destino de la parroquia Ricaurte, únicamente se contaba con dos letreros que indicaban la

dirección hacia Cuenca Canopy y en el mes de Julio de 2017 uno de ellos desapareció y el otro, ubicado en la entrada a la vía Ricaurte – Bibín se encuentra en pésimas condiciones como se evidencia en la fotografía N°1.



Fotografía 1: Letrero de direccionamiento a Cuenca Canopy

Nota: fotografía proporcionada por Bailón (2018) autora del proyecto

Al evidenciar la problemática se ha diseñado tres modelos de letreros diferentes a fin de dotar al atractivo de señales informativas las cuales según el reglamento de señalización turística deben ser rectangulares o flechas, con dimensiones de 2,40 m de alto por 0,60 m de ancho, mismos que irán de diferentes colores según sea su función como se expresa en el reglamento de señalización turística, el azul para el turismo por ser el color de fondo para marcas de jurisdicción vial señales informativas de servicio y reglamentarias; el color café se utiliza para atractivos turísticos y ambientales. El color verde se usa como un color de fondo para la mayoría de las señales informativas: como nombre del lugar o atractivo y su aproximación (MINTUR, 2011, p. 39-79).

El manual de señalización turística del Ecuador da los siguientes ejemplos para la aplicación de flechas y letreros de direccionamiento, los mismos que serán utilizados como base para la elaboración de la propuesta de señalización externa de Cuenca Canopy.



Ilustración 1: Modelo de señales turísticas de aproximación

Nota: Información obtenida del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (2011).

Con estos ejemplos del Ministerio de Turismo dentro de su manual de señalización turística, se ha diseñado los siguientes para que todos aquellos que deseen acceder a Cuenca Canopy de manera segura y sencilla lo puedan hacer.



Ilustración 2: Propuesta de señales turísticas de aproximación para Cuenca Canopy

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (2011).

3.2.2. Letreros informativos dentro del Canopy

El Reglamento Técnico de Señalización del Ecuador menciona que dentro o en las periferias de los atractivos se debe utilizar Señales Turísticas y de Servicios las mismas que tienen como objetivo dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés y destino turístico, servicios y distancias. Estas señales en su mayoría son colocadas en forma de pictogramas, estos son signos que representan esquemáticamente un símbolo, objeto real, figura o servicio (MINTUR, 2011, p. 37).

Los pictogramas se clasifican de diversa manera según su aplicación.

3.2.2.1. Pictogramas Atractivos Naturales






Los pictogramas de atractivos naturales se utilizan para representar la riqueza y biodiversidad de un lugar, una región y un país. Se reconoce como atractivo natural los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas, entre otros.

En este atractivo no se evidencia una intervención humana o si la hay no es predominante (MINTUR, 2011, p. 40).

Cuenca Canopy cuenta con un amplio espacio natural, mismo que puede ser aprovechado de mejor manera con las propuestas de innovación que se presentan en puntos anteriores del presente documento, es por ello que en base a esta información se recomienda el uso y aplicación de los siguientes pictogramas establecidos por el reglamento:

Tabla 5

Pictogramas de atractivos naturales para Cuenca Canopy

DESCRIPCION	PICTOGRAMA
Observación de aves	
Observación de flora	
Vista panorámica	
Sendero	
Bosque	

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (2011).





3.2.2.2. Pictogramas de actividades turísticas

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/demanda de bienes y servicios implantados por personas naturales o jurídicas que se dediquen de modo profesional a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del visitante (MINTUR, 2011, p. 49).

Cuenca Canopy ya cuenta con pictogramas de canopy y arborismo sin embargo existen otras actividades dentro además de las propuestas en el presente documento por lo que en base a esta información se recomienda el uso y aplicación de los siguientes pictogramas establecidos por el reglamento:

Tabla 6

Pictogramas de actividades turísticas para Cuenca Canopy

DESCRIPCION	PICTOGRAMA
Trekking	
Camping	
Fogata	
Excursión	

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (2011).






3.2.2.3. Pictogramas de Servicio de Apoyo

Son aquellas que indican a los visitantes - turistas la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones, servicios higiénicos, de alimentación, información, entre otras. Las dimensiones en los pictogramas dependerán de la distancia a la que los usuarios se encuentren de la señal, el tamaño recomendado es de 600 x 600 mm (MINTUR, 2011, p. 54).

En base a esta información se recomienda el uso y aplicación de los siguientes pictogramas establecidos por el reglamento para Cuenca Canopy:

Tabla 7

Pictogramas de servicios de apoyo para Cuenca Canopy

DESCRIPCION	PICTOGRAMA
Basureros	
Servicios Higiénicos M/H	
Información	
Primeros Auxilios	
Restaurante	




Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (2011).

3.2.2.4. Pictogramas de Restricción

Representan la prohibición de realizar determinada actividad de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad o circunstancia, para Cuenca Canopy y con las propuestas de innovación planteadas se recomienda el uso y aplicación de los siguientes pictogramas establecidos por el reglamento:

Tabla 8

Pictogramas de restricción para Cuenca Canopy

DESCRIPCION	PICTOGRAMA
No arrojar basura	
No Recolectar Flora y Fauna	
No encender fogatas	

Nota: Elaboración propia con base en la información obtenida del Manual de señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador (2011).

Toda la señalización que se coloque tanto dentro como fuera de las instalaciones de Cuenca Canopy debe estar sujeto a lo que estipulan los reglamentos ministeriales a fin de evitar inconvenientes futuros, para ello es necesario contemplar la ubicación de la señalización para que sea legible y clara, al mismo tiempo de que no interfiera con el entorno natural. Es importante la colocación de señalización ya que es una manera muy útil de guiar al visitante hacia las actividades y servicios de su interés, así como incentivarlo al cuidado y mantenimiento de los lugares y senderos por los cuales recorre, por otro lado, es una herramienta muy útil para el control del entorno y los espacios de Cuenca Canopy.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.3. Costos

Para el desarrollo de cualquier propuesta es necesario conocer cuál será la inversión necesaria para la misma ya que esto ayuda a la empresa a tomar decisiones. La empresa mediante este tipo de presupuestos analizará el costo beneficio de la inversión y se optará por alternativas en caso de que no resultasen óptimas para los intereses de “Cuenca Canopy” en este caso (Castro, 2018).

3.3.1. Cotización de innovación de servicios

La cotización de innovación de servicios y actividades para Cuenca Canopy ha sido realizada en base a los elementos que son necesarios para la adaptación de los espacios y su mantenimiento además de los recursos humanos necesarios como en el caso de la capacitación del personal del canopy, para lo cual se ha optado por mantener el contacto original de Cuenca Canopy con Mindo Canopy quienes serán los encargados de entregar una capacitación formar de 2 días al personal de la empresa Cuencana.

En la Tabla N° 13 se presenta una descripción de las propuestas con los respectivos materiales o recursos a ser utilizados.

Tabla 9

Descripción de innovación de servicios para Cuenca Canopy

Propuesta	Actividad	Componentes	Recursos	
			Humanos	Materiales
Servicios de alimentación	Menú saludable	<ul style="list-style-type: none">- Construcción huerta ecológica.- Compra de semillas- Compra fertilizante.- Canal de riego.	Personal de “Cuenca Canopy”	<ul style="list-style-type: none">- Pico- Barreta- Guantes- Semillas- Fertilizantes- Mangueras- Aspersores



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Servicio de guianza	Capacitación	<ul style="list-style-type: none"> - Instrucción formal en servicio y atención al cliente. - Manejo de grupos 	Personal de "Cuenca Canopy" Personal de "Mindo Canopy"	<ul style="list-style-type: none"> - Proyector - Hojas - Esferos - Pizarra
Arborismo	"El rey del Bosque"	<ul style="list-style-type: none"> - Planificación de la actividad. 	Personal de "Cuenca Canopy"	<ul style="list-style-type: none"> - Cronometro
Camping	Campamento Educativo "Caminando juntos"	<ul style="list-style-type: none"> - Adecuación área de camping. - Plan de juegos. 	Personal de "Cuenca Canopy"	<ul style="list-style-type: none"> - Pico - Barreta. - Guantes. - Carpas - Sleeping
Senderismo	"Chaskis"	<ul style="list-style-type: none"> - Diseño del sendero. - Adecuación del sendero. 	Personal de "Cuenca Canopy"	<ul style="list-style-type: none"> - Pico - Barreta. - Guantes. - Letreros informativos
Educación Ambiental	"CC_Pacha"	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de actividades 	Personal de "Cuenca Canopy"	<ul style="list-style-type: none"> - Pico - Barreta. - Guantes. - Letreros informativos

Nota: Elaboración propia en base a la información de carencia de procesos

En base a los artículos que son necesarios para la adecuación y mantenimiento de los espacios de Cuenca Canopy para la realización de las actividades y servicios propuestos en la tabla N° 14 se muestra una cotización detallada de los recursos a ser utilizados.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Tabla 10

Presupuesto de innovación de servicios para Cuenca Canopy

Recursos	Costo Unitario	Unidades	Costo Total	Uso
Pico	\$13,25	3	\$39,75	Adecuación y mantenimiento de espacios
Barreta	\$10,90	2	\$21,80	Adecuación y mantenimiento de espacios
Guantes	\$4,78	6	\$28,68	Adecuación y mantenimiento de espacios
Semillas (kg)	\$0,90	70	\$63,00	Huerto ecológico
Fertilizantes (Kg)	\$2,25	100	\$22,50	Huerto ecológico
Manguera	\$20,25	2	\$40,50	Adecuación y mantenimiento de espacios
Aspersores	\$43,15	3	\$129,45	Huerto ecológico
Hojas (resma)	\$5,12	2	\$10,24	Capacitaciones
Esferos (caja)	\$3,15	2	\$6,30	Capacitaciones
Pizarra	\$20,25	1	\$20,25	Capacitaciones
Carpa	\$33,15	4	\$132,60	Camping
Sleeping	\$15,35	4	\$61.40	Camping
TOTAL	\$576.47			

Nota: Elaboración propia con base en la información recolectada en diversos almacenes y ferreterías de la ciudad de Cuenca.

3.3.2. Cotización de promoción turística en base a los servicios y actividades actualizados

La cotización de promoción turística en base a los servicios actualizados para Cuenca Canopy ha sido realizada en base a información que se encuentra de manera gratuita en la opción “promoción y difusión de información para tu empresa” de las páginas oficiales de las redes sociales Facebook e Instagram que son con las que mayormente trabaja la empresa y a su vez son para las cuales se



UNIVERSIDAD DE CUENCA

han diseñado los carteles de innovación de servicios para ser publicados y compartidos. Además de ello se ha colocado el precio por cambio en algún elemento de la página web como el aumento de galería (hasta 4 imágenes) o texto de más de 200 palabras, en base a información proporcionada por Germán Cuesta, gerente de Cuenca Canopy.

En caso de utilizar la propuesta ofertada con el servicio de Webnode.ec el costo por cada vez que se actualice la página, sin importar el cambio que se realice, será diferente y su mantenimiento en la red es relativamente más económico comparada con el servicio que se utiliza actualmente.

La Tabla N° 15 muestra una cotización detallada de los costos de publicidad con un alcance de 100 a 10.000 usuarios dependiendo el tiempo de promoción.

Tabla 11

Cotización de promoción de innovación de servicios y actividades para Cuenca Canopy

RED SOCIAL	Costo diario	Costo semanal	Costo Mensual	Costo por cambio
Facebook	\$0.89	\$5.25	\$26.98	X
Instagram	\$0.78	\$4.96	\$22.90	X
Página Web	X	X	\$25.36	\$22.68
Webnode.ec	X	X	\$11.25	\$2.25

Nota: Elaboración propia con base en la información recolectada de páginas oficiales de redes sociales Facebook e Instagram y diversos sitios web

Los costos presentados en la tabla N° 15 han sido elaborados en base a pago con tarjeta de crédito para la promoción de los carteles de innovación de servicios, en el caso de la red social Facebook para realizar una promoción de la página oficial de Cuenca Canopy los costos aumentarían en \$0.07 diarios y para la red social Instagram el precio aumenta en \$0.05 diarios.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

3.3.3. Cotización de señalización interna y externa

La cotización de señalización interna y externa para Cuenca Canopy ha sido realizada en base a los elementos que son necesarios para la adaptación de los espacios de la empresa, además de la delimitación de los espacios para de esta manera brindar una correcta información al visitante y lograr direccionarlo de manera oportuna a la realización de cada una de las actividades propuestas para Cuenca Canopy.

En el caso de la señalización de aproximación se recomienda se realice una gestión por parte de la empresa con el Gad Parroquial de Ricaurte ya que son señales de competencia pública y es necesaria la acción de representantes de la parroquia en la mejora de los servicios turísticos y atractivos que permitan la llegada de nuevos visitantes al sector.

La Tabla N° 16 muestra una cotización detallada de los recursos a ser utilizados para el diseño y colocación de señalización interna y externa para las instalaciones de Cuenca Canopy.

Tabla 12

Presupuesto de señalización interna y externa para Cuenca Canopy

Señales	Costo Unitario	Unidades	Costo Total	Ubicación
Aproximación o informativas de destino	\$60,25	4	\$241,00	Señales distribuidas en: centro parroquial, subida a Bibín, centro de Bibín.
Pictogramas	\$43,15	18	\$776,70	Se encontraran distribuidas dentro de “Cuenca Canopy” y el sector de Bibín.
Letrero de Bienvenida	\$125,35	1	\$125,35	Entrada a “Cuenca Canopy”
Total	\$1143,05			

Nota: Cotización realizada por la empresa Siesign Sinchiri (2018)



Conclusiones

Al culminar con el trabajo de intervención para Cuenca Canopy, Ricaurte se ha podido evidenciar, mediante la aplicación de encuestas y observación de campo, que en general, quienes la visitan terminan sus actividades satisfechos e incluso mencionan que recomendaran el lugar, sin embargo, no demuestran interés en regresar ya que la actividad principal (canopy) fue consumida y no encuentran nuevas cosas que capten su atención.

El perfil del visitante de Cuenca Canopy, acorde a la encuesta realizada y al cruce de información realizada entre los datos obtenidos, evidencio que se trata de hombres (en su mayoría) y mujeres jóvenes, entre los 11 y 30 años de edad.

Existe carencia en cuanto a señalización interna y externa que permita un correcto direccionamiento de los visitantes hacia y dentro de las instalaciones del Canopy, comprobado mediante la observación de campo por lo que se ve necesaria la correcta implementación de esta bajo la normativa establecida por el Ministerio de Turismo del Ecuador, además de una gestión por parte de la empresa con el Gad Parroquial de Ricaurte para su mantenimiento.

La empresa cuenta con amplias zonas verdes que pueden ser aprovechadas de mejor manera mediante la implementación de senderos, zonas de camping, huertos orgánicos, etc., como se propone en este proyecto, que puedan ser visitados por aquellas personas que llegan a las instalaciones y por algún motivo no puedan practicar los deportes de aventura.

Al evidenciar el desconocimiento de los visitantes sobre los medios de difusión que utiliza la empresa al aplicar la encuesta de satisfacción, se concluye que es necesaria la actualización constante de pagina web y redes sociales ya que aproximadamente el 82% de los visitantes indicaron que conocen del Canopy por recomendación, las redes son uno de los principales vínculos con los visitantes y mediante ellas se pueden dar a conocer de mejor manera las



UNIVERSIDAD DE CUENCA

actividades ofertadas por Cuenca Canopy además de las experiencias de quienes lo han visitado.

Con la aplicación de la propuesta de innovación de servicios y promoción turística en el Cuenca Canopy, planteadas dentro del presente proyecto de intervención y la innovación constante en cuanto al servicio ofertado e información en redes sociales y medios de difusión, se espera ayuden en gran medida a mejorar la oferta turística de la empresa y la parroquia Ricaurte, además de contribuir a satisfacer las necesidades de los visitantes que día a día buscan nuevas experiencias.

Se recomienda a la empresa el uso de servicios de marketing en línea como Google Ads, que permite que la empresa aparezca como primera opción frente al servicio de Canopy en Cuenca o el Azuay y gestionar de mejor manera como atraer nuevos segmentos de mercado a la empresa.

Finalmente mediante el desarrollo de este proyecto se puede concluir que innovar es la única manera de progreso ya que si la empresa se estanca en su zona de confort poco a poco comienza a declinar y con ello su posible cierre, lo que con el pasar del tiempo hará que aquellos servicios que fueron ofertados fácilmente puedan ser reemplazados por otros nuevos y quizá mucho mejores.



Bibliografía

- Cuenca Canopy. (2009). *Cuenca Canopy*. Recuperado el 18 de Junio de 2018, de <http://www.zyplinescuencacanopy.com/>
- Castro, J. (23 de Febrero de 2018). *¿Por qué son importantes las redes sociales en los negocios?* Recuperado el 20 de Junio de 2018, de <https://jorgecastro.mx>
- DCabo Consultores - Servicios de Asesoría y Consultoría en Córdoba. (2018) *La importancia de la misión, visión y valores de una empresa*. Recuperado en 16 de Septiembre de 2018, de <http://www.dcaboconsultores.com/la-importancia-de-la-mision-vision-y-valores-de-una-empresa/>
- De Luca, K. (2018) *¿Qué es la Matriz FODA? - Matriz Foda*. Recuperado en 06 de Septiembre de 2018, de <http://www.matrizfoda.com/>
- Encalada, G. (2016). *Baños*. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de <http://www.guiadebanios.com/>
- Espinoza, R. (13 de mayo de 2017). *New Marketing*. Recuperado en 20 de junio de 2018, de <http://robertoespinosa.es>
- Estévez, J. (2010). *Clúster, estrategias ganadoras y trabajo en equipo*. Madrid, España: Empresa Activa
- Frers, C. (2010). *¿Cuál es la importancia de la educación ambiental?* Recuperado en 20 de noviembre de 2018, de <http://www.ritimo.org>
- Fran, N. (2018). *Senderismo interpretativo*. Recuperado en 12 de diciembre de 2018, de <https://www.turismodeobservacion.com>
- Gonzales, M. y Prieto, M. (2009). *Manual de Publicidad*. Madrid, España: ESIC Editorial



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Iglesias, D. (2016). *Instagram: ¿Cómo beneficia tu estrategia de marketing?* Recuperado en 20 de noviembre de 2018, de <https://www.soyunamarca.com>
- Mindo Canopy. (2008). *Mindo Canopy*. Recuperado el 18 de Junio de 2018, de <http://mindocanopy.com/es/>
- MINTUR. (2011). *Manual de señalización turística*. Recuperado en 12 de diciembre de 2018, de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com>
- Montells, L. (2016) *El tamaño de las imágenes en Facebook*. Recuperado en 12 de Diciembre de 2018, de <https://metricool.com>
- Narváez, M., y Fernández, G. (2010). El turismo desde la perspectiva de la demanda. Lugar de estudio: península de Paraguaná –Venezuela. *Revista UDCA Actualidad & Divulgación Científica*, 13(2), 176. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rudca/v13n2/v13n2a20.pdf>.
- Nicosia, F. (Ed.). (2015). *La decisión del consumidor y sus implicaciones en marketing y publicidad*. Barcelona, España: Editorial Ariel
- Pascual, N. (2016). *La señalización turística como herramienta en la comunicación entre hombre y la naturaleza*. Recuperado en 12 de diciembre de 2018, de <http://www.medioambienteycultura.es>
- Perú Retail. (2016). *La importancia de las promociones en el punto de venta*. Recuperado en 16 de febrero de 2019, de <https://www.peru-retail.com>
- Puntzan Canopy. (2010). *Puntzan Canopy*. Recuperado el 18 de Junio de 2018, de <https://www.puntzancanopy.com>
- Ojeda, C. y Mármol, P. (2012). *Marketing Turístico*. España: Editorial Paraninfo
- QuestionPro. (s.f.). *Análisis de Tabla Cruzada*. Recuperado el 13 de Febrero de 2019, de <https://www.questionpro.com>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

Samaniego, H. (31 de Octubre de 2016). *El Canopy más rápido y largo de Ecuador*. Recuperado el 24 de Junio de 2018, de <http://viviramiestilo.com>

Seminarium. (2018) *¿Qué es la misión y visión de una empresa?* Recuperado en 18 de Septiembre de 2018, de <http://www.seminarium.com/la-importancia-de-la-mision-vision-de-una-empresa/>

Serrano et al. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca* [PDF file]. Recuperado el 02 de Febrero de 2019, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31373>

Serrano, A. y Villafuerte E. (2017) *INDICADORES TURÍSTICOS: OFERTA Y DEMANDA DE LA CIUDAD PATRIMONIAL DE CUENCA – ECUADOR* [PDF file]. Recuperado el 02 de Febrero de 2019, de https://www.researchgate.net/profile/Ana_Serrano30/publication/323218147_REVISTA_LATINO_AMERICANA_DE_TURISMOLOGIA_RELAT_SECAO_SECTION_SECCION_ESTUDOS_DE_CASO_CASE_STUDIES_ESTUDIOS_DE_CASO/links/5a865ba10f7e9b1a95487371/REVISTA-LATINO-AMERICANA-DE-TURISMOLOGIA-RELAT-SECAO-SECTION-SECCION-ESTUDOS-DE-CASO-CASE-STUDIES-ESTUDIOS-DE-CASO.pdf

Serrano et al. (2018). *Boletín de indicadores turísticos del cantón Cuenca* [PDF file]. Recuperado el 02 de Febrero de 2019, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/31373>

Travel, E. (2010). *Opciones de canopy en ECUADOR*. Recuperado el 20 de Junio de 2018, de <https://ecuador.travel/es/canopy-ecuador/>

UNTWO. (2005). *Conceptos turísticos*. Recuperado el 18 de septiembre de 2018, de <https://www2.unwto.org/es/content>



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXOS

ANEXO 1. Encuesta de satisfacción aplicada en Cuenca Canopy



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD - CARRERA DE TURISMO

PROPUESTA DE UN PLAN DE INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y PROMOCIÓN TURÍSTICA EN EL CUENCA CANOPY, RICAURTE

Como parte del presente trabajo de investigación que busca asegurar la total satisfacción de los clientes de Cuenca Canopy, lo invitamos a tomar parte en esta breve Encuesta de Satisfacción al Cliente. Le agradecemos por usar los servicios de la empresa y esperamos que responda la encuesta con confianza.

1. Lugar de procedencia:

1. País_____ 2. Provincia_____ 3. Cantón_____

2. Número de personas con las que visita el atractivo y sus respectivas edades

PAX	1	2	3	4	5	6	7	8	9
EDAD									

3. Género:

Femenino		Masculino	
----------	--	-----------	--

4. Como se enteró del atractivo

Redes Sociales	Página WEB	Por recomendación	Radio/Televisión

5. Medio de transporte utilizado para llegar al atractivo:

Público ☐ Propio ☐ Otro (Especifique) _____

6. Actividades que realizó durante su visita

Canopy	Arborismo	Salto Tarzán	Camping	Otro (especifique)

7. ¿Con qué frecuencia utiliza los servicios de Cuenca Canopy

Una o más veces a la semana	Dos o tres veces al mes	Una vez al mes	Menos de una vez al mes



UNIVERSIDAD DE CUENCA

8. ¿Cuál es su grado de satisfacción general con respecto al servicio utilizado?

Completamente satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Completamente insatisfecho

9. ¿Utilizaría usted de nuevo los servicios prestados por Cuenca Canopy?

Seguro que sí	Probablemente sí	Probablemente no	Seguro que no

10. ¿Recomendaría usted los servicios prestados por Cuenca Canopy?

Seguro que sí	Probablemente sí	Probablemente no	Seguro que no

¡Gracias por su atención!



UNIVERSIDAD DE CUENCA

ANEXO 2. Diseño aprobado del Proyecto de Intervención



UNIVERSIDAD DE CUENCA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD

CARRERA DE TURISMO

**PROPUESTA DE UN PLAN DE INNOVACIÓN DE SERVICIOS Y PROMOCIÓN
TURÍSTICA EN EL CUENCA CANOPY, RICAURTE.**

**PROYECTO DE INTERVENCIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERÍA EN TURISMO**

TUTORA:

MG. ANA LUCÍA SERRANO

CI. 0103086492

AUTORA:

JULISSA MABEL BAILON ÑAUTA

CI. 0926783580

2018 - 2019



1. Título del Proyecto de Intervención

Propuesta de un plan de promoción turística e innovación de servicios en el Cuenca Canopy, Ricaurte.

2. Nombre del estudiante

Julissa Mabel Bailón Ñauta (mabel.bailon17@ucuenca.ec) Tel: 0995406446

3. Resumen del diseño de proyecto de intervención

Cuenca Canopy ubicado en el sector Bibín de la parroquia Ricaurte, es considerado uno de los primeros y más importantes establecimientos que ofertan las actividades de canopy, arborismo y tirolesa dentro de la ciudad de Cuenca.

El Cuenca Canopy recibe una cantidad considerable de visitantes al año sin embargo los servicios que se ofertan se han mantenido sin novedad hasta la presente fecha por lo que se ha propuesto una actualización en los servicios ofertados a fin de mejorar la experiencia que se brinda a los visitantes.

Este estudio plantea una propuesta de intervención en cuanto a la definición de estrategias para la actualización de los servicios ofertados, la adecuación de espacios y mejora de señalización, así como la propuesta de promoción de los mismos mediante diversas actividades.

4. Planteamiento del proyecto de intervención

Durante los últimos años la ciudad de Cuenca ha sido catalogada como mejor destino para la práctica de deportes de aventura y para viajes de corta duración por lo que nuevos y variados grupos de viajeros se arriesgan a visitar la ciudad y a hacer uso de todas aquellas actividades relacionadas a la práctica de estas actividades y el canopy no es la excepción (Outside, 2014).

La parroquia de Ricaurte posee gran atractivo tanto natural como cultural la misma que es famosa por la preparación y crianza de cuyes y sus paisajes naturales que



UNIVERSIDAD DE CUENCA

enamoran a quien la visita. Durante años se ha tratado de entregar una propuesta turística novedosa sin embargo esto no ha sido posible por la falta de articulación por parte de la parte pública y privada a lo que establecimientos de carácter privado como Cuenca Canopy han tratado de innovar en servicios.

En esta búsqueda de innovación, Cuenca Canopy entró con fuerza en el mercado en una época en donde este tipo de servicios no eran comunes y la competencia era casi inexistente, al mismo tiempo que no se contaba con normas que regulasen esta actividad por lo que se ha mantenido con la propuesta inicial de su creación descuidando el avance y mejora con el tiempo.

La propuesta de norma técnica de turismo de aventura para la actividad de canopy presentada por el Ministerio de Turismo del Ecuador establece ciertos lineamientos para aquellos establecimientos que brindan esta actividad y dará las pautas junto con la ISO internacional para la actualización de los servicios existentes lo que permitirá una innovación en los mismos y buscara atraer nuevos visitantes.

Al ser un lugar con atractivo turístico se considera conveniente la mejora en sus servicios ya que esto también beneficia a la parroquia y genera ingresos de manera directa e indirecta para sus habitantes y al contar con actividades de calidad y seguras se espera que la afluencia de visitas aumente.

La promoción turística de un destino o punto de interés es muy importante, así como lo destaca Miguel Ángel Acerenza en su libro *Marketing de destinos turísticos*, por lo que promocionar aquellas actividades que de una u otra manera han sido mejoradas, contribuirá al desarrollo del interés de los viajeros y de las empresas relacionadas al sector turístico para el trabajo conjunto y promoción.

Es importante el compromiso que brindan las autoridades de la parroquia, si bien no de carácter económico, pero si en cuanto a la promoción y difusión del destino debido a que esto beneficiara de diversas maneras a los habitantes de la



UNIVERSIDAD DE CUENCA

parroquia y sus alrededores, el compromiso brindado por parte de los directivos del Cuenca Canopy es también algo destacable ya que buscan la innovación como una puerta hacia el desarrollo y progreso.

5. Revisión bibliográfica

El reglamento de operación turística de aventura del Ecuador brinda una visión general de los deportes de aventura para el desarrollo del proyecto debido a que esta regula a toda operación turística de aventura en el país y será aplicado por el Ministerio de Turismo.

La propuesta de norma técnica de turismo de aventura para la actividad de canopy presentada por el Ministerio de Turismo del Ecuador establecerá los requisitos mínimos que en los ámbitos: general, de comercialización, prestación del servicio, infraestructura y equipamiento deben ser cumplidos por los prestadores del servicio de canopy en el país, a fin de brindar servicios seguros y de calidad al turista.

El manual ISO 21101 - Turismo de aventura, sistemas de gestión de seguridad servirá de apoyo para el desarrollo de este proyecto ya que en ella se encuentran las normativas internacionales para la mejora de los servicios y seguridad del Canopy los mismos que están contemplados en los objetivos del presente.

El Reglamento interno de operación de Honduras, caso Canopy será una guía referencia de cómo se están manejando estos estatutos en otros países y de las actualizaciones y mejoras que se deben dar en el nuestro, además de que entrega una guía para la realización de un manual interno de operaciones de cada establecimiento que preste los servicios de Canopy.

El libro de Miguel Ángel Acerenza, Marketing de destinos turísticos será de importancia para el desarrollo de la parte promocional del proyecto debido a que brinda las herramientas para la integración de los destinos además de su promoción y comercialización de la oferta turística de los mismos.



UNIVERSIDAD DE CUENCA

En el libro Administración de servicios turísticos: promoción y venta de Noelia Cabarcos Novás, he encontrado información relevante que ayudara a la comunicación del servicio, atención al cliente, técnicas de ventas y negociación con las entidades de distribución turística en la ciudad.

El Reglamento de Seguridad para la Prestación del Servicio Turístico de Aventura del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú brindara los lineamientos para la mejora de la calidad y seguridad de las actividades dentro del canopy además de una actualización de aquellos servicios que lo ameriten.

6. Objetivos, metas, transferencia de resultados e impactos

Objetivo General

Proponer un plan de promoción turística e innovación de servicios en el Cuenca Canopy, Ricaurte.

Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del lugar.
- Definir estrategias de actualización de servicios para la mejora de actividades.
- Desarrollar estrategias de promoción turística en base a los servicios actualizados.

Metas

- Lograr la actualización de los servicios que ofrece el Cuenca Canopy de Ricaurte mediante un análisis previo de la problemática del mismo.
- Establecer las estrategias que mejoren la promoción turística del lugar y la correcta distribución de la información en el mercado.
- Incentivar a la implementación de normas internacionales de turismo de aventura, seguridad en la prestación de servicios de Canopy y afines.



Transferencia de resultados

Para la verificación y transferencia de resultados de este proyecto se entregará una copia del mismo para evidencia, la misma que permanecerá en el repositorio de la universidad; por otro lado, se entregará las propuestas de actualización de servicios y la de promoción turística a las autoridades del Cuenca Canopy para su uso e implementación.

Impactos

El presente proyecto tendrá impacto ético debido a que busca contribuir con la mejora de la calidad y seguridad de los servicios a fin de entregar un buen trato al cliente, además de ello tendrá un impacto económico debido a que con la propuesta de estrategias de promoción y de la actualización se pretende que más visitantes lleguen a hacer uso de las instalaciones.

7. Técnicas de trabajo

El presente proyecto de intervención utilizará investigación mixta, aplicando el método cualitativo y cuantitativo. Mediante la aplicación de entrevistas y grupos focales se presume conocer cuál es la percepción y aceptación por parte de los involucrados con respecto a la propuesta planteada, además de recopilar datos con respecto a sus recomendaciones en cuanto al desarrollo del mismo.

La manera de aplicación de las preguntas en el caso cualitativo deberá hacerse de manera abierta a modelo de entrevista con la finalidad de lograr un ambiente de sinceridad y empatía con los involucrados

Para la parte cuantitativa se aplicarán encuestas a los visitantes para de esta manera conocer el nivel de satisfacción con respecto a los servicios, actividades e instalaciones del Cuenca Canopy, información que será registrada y evaluada de manera estadística a fin de conocer los aspectos a mejorar.



8. Bibliografía

- Cabarcos, N. (2011). *Administración de servicios turísticos: promoción y venta*. Bogotá, Colombia: Ideas propias
- Castillo-Palacio, Marisol, y Castaño-Molina, Vladimir. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 755-775. Recuperado en 13 de noviembre de 2017, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000300017&lng=es&tlng=es
- Fenton, J. (s.f.). *Como vender en un mercado competitivo*. Barcelona, España: Grupo Editorial Norma
- Gonzales, M. y Prieto, M. (2009). *Manual de Publicidad*. Madrid, España: ESIC Editorial
- Instituto Ecuatoriano de Normalización. (2015). *Turismo de aventura, sistemas de gestión de seguridad - requisitos (ISO 21101:2014, idt)* [PDF file]. Quito: INEN. Recuperado de http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/nte_inen-iso_21101.pdf
- Instituto Nacional de Normalización Chile. (2008). *Turismo Aventura, Desplazamiento en cables: Canopy, Tirolesa y Arborismo – Requisitos* [PDF file]. Chile: INN. Recuperado de <http://www.calidadturistica.cl/archivos/turismo-aventura/Desplazamiento-por-Cables-Canopy-Tirolesa-y-Arborismo-Requisitos-NCh03025-CANOPY-2006.pdf>
- MINCETUR PERU. (2016). *Reglamento de seguridad para la prestación del servicio turístico de aventura* [PDF file]. Lima: MINCETUR. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/wp->



UNIVERSIDAD DE CUENCA

content/uploads/documentos/turismo/funciones_y_normatividad/normatividad/prestadores_servicios_turisticos/Decreto_Supremo_005_2016_MINCETUR_SEG-AVENTURA.pdf

Ministerio de Turismo. (2015). *Propuesta de norma técnica de turismo de aventura, Canopy* [PDF file]. Quito: MINTUR. Recuperado de http://www.optur.org/pdf/normas_tecnicas_aventura/Norma_Tecnica_Canopy_final.pdf

MINTUR. (2015). *Reglamento de operación turística de aventura* [PDF file]. Quito: MINTUR. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>

Nicosia, F. (Ed.). (2015). *La decisión del consumidor y sus implicaciones en marketing y publicidad*. Barcelona, España: Editorial Ariel

Ojeda, C. y Mármol, P. (2012). *Marketing Turístico*. España: Editorial Paraninfo

Patten, D. (Ed.). (2009). *Mercadeo práctico para nuevas empresas: Técnicas para abrir puertas y capturar mercados*. Bogotá, Colombia: Legis Fondo Editorial

Pearson. (Ed.). (2011). *Marketing Turístico 5ta Edición*. España: Editorial Ariel

Pérez, M. (2014). *Manual de Turismo Sustentable*. Madrid, España: Aedos Editorial

Ramírez, C. (2012). *Calidad total de las empresas turísticas*. México D.F., México: Editorial Trillos

Riascos, B. (2015). *Plan estratégico de marketing de la empresa "Canopy las Ardillas", en la ciudad de Popayán departamento del Cauca* (Tesis de pregrado). Universidad nacional abierta y a distancia "UNAD", Popayán



UNIVERSIDAD DE CUENCA

- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa* (Vol. 15). Universidad de Deusto. Recuperado de: <https://books.google.es/>
- Sierra, A. (2010). *Marketing Turístico*. Madrid, España: Ediciones Pirámide
- Turmo, A. (2014). *Manual de señalización de senderos GR®, PR® y SL®: Edición digital*. Criterios para la colocación de señales y soportes
- Valls, F. (2010). *Gestión de empresas de turismo y ocio: El arte de provocar la satisfacción*. España: Gestión 2000
- Zamorano, F. (2004). *Turismo alternativo, servicios turísticos diferenciados*. México D.F., México: Editorial Trillas

9. Talento humano

Recurso	Dedicación	Valor Total \$
Director	3 horas / semana / 12 meses	600,00
Estudiante	20 horas semana / 12 meses	600,00
Total		1.200,00



UNIVERSIDAD DE CUENCA

10. Recursos materiales

Cantidad	Rubro	Valor
300	Copias	6,00
20	Transporte	150,00
1 (red)	Internet	22,00
1	Resma de papel	5,00
250	Impresiones	50,00
TOTAL		233,00

11. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

ACTIVIDADES	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Recolección y organización de la información	x	x										
2. Discusión y análisis de la información			x	x								
3. Trabajo de campo					x	x	x					
5. Integración de la información de acuerdo a los objetivos							x	x	x			
6. Redacción del trabajo										x	x	
7. Revisión final										x	x	x



UNIVERSIDAD DE CUENCA

12. Presupuesto

Propuesta de un plan de promoción turística e innovación de servicios en el Cuenca Canopy, Ricaurte

Concepto	Aporte del estudiante \$	Otros aportes \$	Valor total \$
Talento Humano			
Investigadores	600,00	600,00	1.200,00
Gastos de Movilización			
Transporte	150,00		
Subsistencias	30,00		180,00
Gastos de la investigación			
Insumos	40,00		
Bibliografía	40,00		
Internet	20,00		100,00
Equipos, laboratorios y maquinaria			
Computador y accesorios	50,00		50,00
Otros			
TOTAL			1.530,00



13. Esquema

Índice

Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1: Situación actual del Cuenca Canopy, Ricaurte.

1.1. Diagnóstico del Canopy en el Ecuador

1.1.1. Historia

1.1.2. Antecedentes

1.1.3. Referentes de Canopy en Ecuador

1.2. Diagnóstico del Cuenca Canopy.

1.2.1. Historia, ubicación geográfica.

1.2.2. Antecedentes.

1.3. Estado Actual

1.3.1. Instalaciones

1.3.2. Actividades

1.3.3. Servicios

1.3.4. Señalización

1.4. Análisis comparativo y de competencia

1.4.1. Técnica Benchmarking

1.4.2. Innovación turística de productos de aventura

1.5. Medios de difusión, promoción y marketing.

1.5.1. Página Web, redes sociales.

1.5.2. Folletería y material escrito



Capítulo 2: Estrategias de actualización de servicios.

- 2.1. Análisis FODA
- 2.2. Análisis y propuesta de nuevas Misión y Visión
- 2.3. Análisis y evaluación de los servicios prestados en Cuenca Canopy
 - 2.3.1. Encuestas a visitantes para medir el grado de satisfacción con cada servicio brindado (actividad)
 - 2.3.2. Análisis e interpretación de datos obtenidos en la encuesta de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy
 - 2.3.3. Análisis e interpretación de satisfacción de cliente de Cuenca Canopy
- 2.4. Propuesta de actualización de servicios

Capítulo 3: Estrategias de promoción turística en base a los servicios actualizados.

- 3.1. Propuesta de actualización de página web y redes sociales
 - 3.1.1. Información para la actualización.
 - 3.1.2. Publicaciones de actualización de servicios en redes sociales (describir redes sociales, acorde a la encuesta)
- 3.2. Propuesta de señalización externa e interna (mapa)
 - 3.4.1 Flechas y letreros de direccionamiento
 - 3.4.2 Letreros informativos dentro del Canopy
- 3.3. Costos
 - 3.3.1. Cotizaciones innovación de servicios
 - 3.3.2. Cotizaciones material publicitario
 - 3.3.3. Cotizaciones señalización interna y externa

Conclusiones

Bibliografía

Anexos